

جامعة اليرموك

كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية

قسم العلوم المالية والمصرفية

رسالة ماجستير بعنوان

المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية

دراسة مقارنة بين الأردن والجزائر

Behavioral Determinants of Dealing with Islamic Banks from Customers' Perspective: A comparative Study Between Jordan and Algeria.

إعداد الطالبة:

أحلام مصطفى عزوق

إشراف

أ. د قاسم الحموري

د. ديمة درادكة

حقل التخصص / مالية ومصرفية

2013/2012

المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية

دراسة مقارنة بين الأردن والجزائر

Behavioral Determinants of Dealing with Islamic Banks from Customers' Perspective: A comparative Study Between Jordan and Algeria.

إعداد:

أحلام مصطفى عزوق

بكالوريوس في العلوم التجاريه، جامعة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، دالي إبراهيم ، الجزائر، 2008.

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير تخصص – العلوم المالية والمصرفية – جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

وافق عليها

الأستاذ الدكتور قاسم الحموري ....مشرفاً رئيساً

الدكتوره ديمة درادكة...مشرفاً مشاركاً

الأستاذ الدكتور رياض المومني..عضواً

أ. الدكتور محمد العجلوني..عضواً

تاريخ تقديم الرسالة

2014/1/13

الإهداء

إلى رمز العطاء، إلى من قدم وضحى في سبيل إسعادنا

أهدي ثمرة جهدي،،،،،،،

إلى والدي العزيز ..... أدامه الله ورعاه

إلى نبع الحنان والعطف

والدتي التي أنارت بدعواتها لي مسيرتي ويسرت مواقفها مهمتي.. حفظها الله.

إلى سندي في الحياة

أخوتي وأخواتي

إلى كل من أسهم في إنجاز هذا العمل

صديقاتي وأصدقائي

إلى كل من ساندني وشجعني في مواصلة دراستي العليا

لكل هؤلاء أهدي هذا الجهد المتواضع

الباحثة

أحلام عزوق

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله سبحانه وتعالى الذي منحني العلم والمعرفة والمقدرة على إتمام هذا الجهد المتواضع، ويسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور قاسم الحموري والدكتورة ديمة درادكة اللذين تكرّما بقبول الإشراف على هذه الرسالة وتقديم النصح والإرشاد لي طيلة فترة إعدادها.

كما أتقدم بعظيم الشكر والعرفان للأساتذة الكرام أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة اليرموك والإداريين والعاملين فيها على حسن المعاملة وطيبها، والشكر موصول لأعضاء لجنة المناقشة الموقرة ممثلة بالدكتور محمد العجلوني والدكتور رياض المومني على تفضلهما بقبول مناقشة هذه الرسالة، كما وأشكر كل من أسهم في إنجاز هذا الجهد سواء بالتشجيع أو المساندة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والإمتنان إلى إدارة هذا الصرح العلمي الكبير، جامعة اليرموك ممثلة برئيسها ونوابه الأفاضل على جهودهم الطيبة.

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الملاحق

الملخص باللغة العربية

أحلام مصطفى عزوق. المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية، دراسة مقارنة بين الأردن والجزائر، رسالة ماجستير – جامعة اليرموك–، 2013،

(إشراف: أ.د قاسم الحموري، د ديمة درادكة)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر، وبيان مدى رضا المتعاملين عن سياسات البنوك الإسلامية في البلدين.

تكون مجتمع الدراسة من جميع المتعاملين مع البنوك الإسلامية في الأردن، وعددها (4) بنوك، والبنوك الإسلامية في الجزائر، وعددها بنكان، وقد تم اختيار عينة عشوائية ممثلة بمجتمع الدراسة بواقع (650) متعاملاً في الأردن، و (650) متعاملاً في الجزائر، وقد تم توزيع (1300) إستبانة على (6) بنوك.

بعد جمع الإستبانات من عينة الدراسة، قامت الباحثة بتحليل البيانات إحصائياً بإستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) للتوصل إلى الأهداف الموضوعة في إطار هذه الدراسة، وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية: إختبار المصداقية كرونباخ ألفا (Cronbach’s alpha)، والأساليب الإحصائية المتعلقة بالنزعة المركزية والتشتت واختبار T-Test، وتحليل التباين الأحادي (One way Anova test)، واختبار شيفيه (Scheffe` Test).

وتوصلت الدراسة الى أن محددات التعامل من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر كانت بدرجة متوسطة تبعاً للعامل الديني، وجودة الخدمة، وأسعار الخدمة، وتأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع، والتفرع، وكانت الحوكمة بدرجة متوسطة في الأردن وبدرجة منخفضة في الجزائر. وعدم وجود إختلاف في كل من الأردن و الجزائر تبعاً لمتغير

الجنس، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً لمتغير المنطقة لصالح سكان العاصمة، وتبعاً لمتغير المهنة لصالح المهن الأخرى في الأردن، ولصالح موظفي القطاع الخاص في الجزائر، وتبعاً لمتغير العمر لصالح أفراد فئة أكثر من (60) سنة في الأردن، و(51–60) سنة في الجزائر، وتبعاً لمتغير المؤهل العلمي لصالح فئة البكالوريوس في الأردن، وعدم وجود فروق تبعاً لمتغير المؤهل العلمي في الجزائر، وعدم وجود فروق تبعاً لمتغير الدخل في الأردن، ووجود فروق لمتغير الدخل الشهري في الجزائر لصالح فئة أقل من (18000) دينار، ووجود ارتباط بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر.

وفي ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، أوصت الباحثة بعدد من التوصيات من أهمها أن تعمل البنوك الإسلامية على تطوير تشريعاتها وقوانينها لضمان مستوى جودة عالٍ من الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: المحددات السلوكية، البنوك الإسلامية، المتعاملون، الجزائر، الأردن.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 مقدمة عامة.

1-2 مشكلة الدراسة.

1-3 أهداف الدراسة.

1-4 أهمية الدراسة.

1-5 خطة الدراسة.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1 مقدمة عامة

ظهرت البنوك التجارية في النظم الإقتصادية والمالية المعاصرة، والتي برزت أهميتها في أنها تحقق وفراً اقتصادياً، وتعمل على تقليل حجم المخاطرة لكل المتعاملين معها، وتساعد على إيجاد الظروف الملائمة ما بين السيولة والربحية، وتقديم القروض للمتعاملين (الخولي، 2002).

ويمنح المتعاملون مع البنوك التجارية فائدة على مدخراتهم، فهي تتقاضى من المقترضين، وتدفع للمودعين فائدة محددة متفق عليها مسبقاً، تزداد قيمتها بزيادة مدة الإقراض أو الإيداع، ولكن منهج الإسلام سار مع مبدأ تحريم الربا لما له من آثار ضارة بالفرد والمجتمع، وجاء القرآن الكريم مصدقاً لكل ذلك من آيات لتحريم الربا ومن ذلك قوله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُواْ لاَ تَأْكُلُواْ الرِّبَا أَضْعَافاً مُّضَاعَفَةً " (سورة آل عمران، الآية 130)، وكذلك قوله تعالى: "وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبا" (سورة البقرة، الآية 275).

نشأت البنوك الإسلامية وتطورت لتقدم خدمات استثمارية للمتعاملين معها وفق مبادئ الشريعة الإسلامية السمحاء، بعيداً عن التعامل بالربا الذي حرّمه الإسلام، وتهدف البنوك الإسلامية من وراء تقديم هذه الخدمات إلى غرس القيم والمثل والأخلاق في مجال المعاملات والمساعدة في تحقيق التنمية الإجتماعية والإقتصادية في المجتمع الإسلامي. وقد جاءت البنوك الإسلامية كبديل مناسب للبنوك التقيلدية، إذ تستند على مبادئ العقيدة الإسلامية، والتي تحرم الربا أخذاً وعطاءً مما جعلها تأخذ مكانتها التنافسية مع البنوك الأخرى في العالم. (عبدو، 2008).

وتعود بدايات نشأة البنوك الإسلامية في الأردن إلى صياغة قانون البنك الإسلامي الأردني الذي تم الموافقة عليه من قبل الجهات الرسمية لتسجيل البنك بصفة شركة مساهمة عامة محدودة في سجل الشركات سنة (1978) وقام البنك بافتتاح أول فرع له في عمان بتاريخ 1979/9/22 وكان رأسماله المصرح به أربعة ملايين دينار أردني (www.cbj.gov.jo)، ثم تم تأسيس البنك العربي الإسلامي سنة (1997) تلاه بنك دبي الإسلامي سنة (2010) وأخيراً بنك الراجحي الإسلامي سنة (2011) مما يؤكد أن هناك تطوراً في الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة للمتعاملين.

وعلى الجانب الآخر نجد أنّ الجزائر قد ورثت نظاماً مصرفياً تبعيته للاقتصاد الفرنسي وقائم على النظام الحر الليبرالي، وبالرغم من المحاولات الجادة لإنشاء مؤسسات مالية وطنية بعد الاستقلال مثل: البنك المركزي الجزائري، والخزينة العمومية، والبنك الجزائري للتنمية، إلا أن النظام المصرفي في الجزائر قد قام على نظامين مزدوجين هما:- نظام رأسمالي ونظام اشتراكي تحت سيطرة الدولة، الأمر الذي دفع السلطات الحكومية لتأميم البنوك سنة (1966)، تلا ذلك عدد من الإصلاحات لهذا النظام وهي إصلاحات (1986، 1988)، لكن أهمها كانت إصلاحات (1990)، وذلك بصدور قانون النقد والإئتمان الذي جعل النظام المصرفي في الجزائر متلائماً مع متطلبات اقتصاد السوق الحر، تماشياً مع الإصلاحات الإقتصادية التي قامت بها الجزائر بعد التخلي عن النظام الاشتراكي منذ نهاية الثمانينات من القرن الماضي (ناصر، 2005) مما أفسح المجال لإنشاء بنوك خاصة في الجزائر تعتمد في مرجعيتها على الشريعة الإسلامية السمحاء، وكان ثمرتها بنك البركة الجزائري الذي تم تأسيسه في20 مايو (1991) في شكل شركة مساهمة ومعتمدة لدى بنك الجزائر في إطار قانون النقد والقرض رقم (04/90) إذ بلغ رأس مال البنك عند تأسيسه 500 مليون دينار جزائري(www.albaraka-bank.com). واستكمالاً للنهج الذي اتبع

في إنشاء البنوك الإسلامية وكنتاج لتعاون جزائري إماراتي تم تأسيس بنك السلام- الجزائر بتاريخ 2006/06/08 وتم اعتماده بتاريخ 2008/09/10 وبدأ مزاولة نشاطه بتاريخ 2008/10/20 مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة تواكب مسيرة التطور في الجزائر، ومواجهة التحديات التي تعترض الأسواق المحلية والإقليمية والعالمية وفق منظور الجودة الشاملة في الأداء، ويعمل وفق إستراتيجية واضحة تواكب متطلبات التنمية الإقتصادية في جميع المرافق الحيوية في الجزائر، من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تنبع من المبادئ والقيم الأصيلة الراسخة للشعب الجزائري، بغية تلبية حاجيات السوق، والمتعاملين والمستثمرين (www.alsalamalgeria.com). بينما يمكن تبرير ازدياد رغبة المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية بأسباب عدة منها: عدم التعامل بالربا، واستثمار الأموال والمدخرات بالطريقة الشرعية، وإحياء صور التعامل الإسلامي.

وبالرغم من ازدياد عدد البنوك الإسلامية في العديد من الدول إلا أن التجربة في الجزائر ما زالت حديثة من خلال بنك البركة وبنك السلام اللذان يتعاملان بضوابط الشريعة الإسلامية، ولم تظهر بنوك إسلامية جديدة على الساحة الجزائرية.

2-1 مشكلة الدراسة

إن تحديد العوامل التي تدفع المتعاملين للتعامل مع البنوك إنما تتعلق بموضوع الرضا والإدراك والذي كان مثار اختلاف بين الباحثين، فعملية قياس الرضا والإدراك هي عملية شعورية تتعلق بدوافع الفرد التي لا يمكن بأي حال قياسها، ونظراً لأن الدراسة الحالية تبحث هذه الدوافع والتي بحثتها دراسات سابقة، فإن الوقوف عليها يعد أمراً هاماً خاصةً وأن الدراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر، للتعرف على دوافع المتعاملين في كل بلد، والتي ستظهر إختلافات جوهرية في تحديد تلك الدوافع مما يبرر إجراء مثل هذه الدراسة خاصة وأن هناك إختلاف في

تجربة كل من البلدين في وجود البنوك الإسلامية إذ كانت في الأردن أقدم منها في الجزائر، وعليه تتمثل مشكلة الدراسة في التعرف على المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في الأردن والجزائر، مستخدمةً المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف مجتمع الدراسة وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها، ومن خلال الإستبانة التي تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة من خلال الأبعاد الستة التي تناولتها أداة الدراسة وهي (الدافع الديني، جودة الخدمة البنكية، أسعار الخدمة، التفرع، تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية، وحوكمة البنوك الإسلامية)، ومما سبق تتلخص مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

أولا: ما محددات التعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين، دراسة مقارنة على البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر؟

ثانيا: هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية من وجهة نظر المتعاملين لمحددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر؟

ثالثا: هل هناك رضا من العملاء عن سياسات البنك الإسلامي في كل من الأردن والجزائر؟

1-3 أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق ما يلي:

أولاً: التعرف على المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية في كل من الأردن والجزائر.

ثانياً: بيان مدى رضا المتعاملين عن سياسات البنوك الإسلامية في البلدين.

1-4 أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة بالنقاط التالية:

أولاً: في كونها تبحث في موضوع محددات التعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في الأردن والجزائر، إذ نجد أن البنوك الإسلامية قد ازدهرت في بلدان وتعثرت في أخرى، وذلك راجع لسلوك المتعاملين، حيث يتصف العملاء في بعض الدول بالعاطفة الدينية بينما في دول أخرى يطغى العامل المادي على العاطفة الدينية. كما وتأتي أهمية الدراسة من الناحية النظرية كونها من الدراسات النادرة التي تبحث موضوع محددات التعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين مقارنة بين مجتمعين إسلاميين في الأردن والجزائر وهو ما لم تبحثه دراسة سابقة.

ثانياً: من خلال مسح الباحثة لجهودات الباحثين السابقين، وجدت أنها لم تتناول المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية إلا من خلال دراسة أجريت في العام 1990 لبيان المحددات السلوكية وتقييم سياسات البنوك الإسلامية في الأردن، وقد أجريت على بنك إسلامي واحد، ورغم ازدياد عدد البنوك الإسلامية وتوجه الأفراد للتعامل مع هذه البنوك، إلا أن الباحثين لم يلتفتوا لضرورة إجراء دراسات أخرى نوعية وبشكل مقارن بين تجربة بلدين أو أكثر كما في الدراسة الحالية لتحديد دوافع التعامل مع البنوك الإسلامية الأمر الذي يبرر إجراء مثل هذه الدراسة في

ضوء ازدياد عدد البنوك الإسلامية وعدد المتعاملين معها، مع التركيز على إجراء المقارنة بين بلدين مختلفين في تجربة إنشاء البنوك الإسلامية هما الأردن والجزائر، ووجدت الباحثة أن عدم ازدياد عدد البنوك الإسلامية في الجزائر تقف خلفه مبررات وأسباب عديدة، الأمر الذي يمثل مشكلة تحتاج إلى البحث والدراسة.

ثالثاً: كما من المؤمل أن تستفيد فئات عديدة من الدراسة: كالعاملين في قطاع المصارف من مديرين وموظفين للوقوف على المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية في دول عدة، كما يمكن للباحثين أن يستفيدوا مما توصلت إليه الدراسة من نتائج، فيبنون على ما تم انجازه، لإبراز هذه المحددات السلوكية، إضافة إلى جميع المهتمين بالقطاع المصرفي، وذلك لتحديد أبرز النقاط التي تتعلق بالمحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين.

5-1 خطة الدراسة

تهتم الدراسة الحالية بتناول المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين وذلك في ستة فصول، حيث يتناول الفصل الأول الإطار العام للدراسة، في حين يتناول الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة، شاملاً تعريف البنوك الإسلامية ونشأتها، وبيان قطاع البنوك في الأردن والجزائر، وأوجه التشابه والإختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية، بالإضافة إلى العوامل المؤثرة في التعامل مع البنوك الإسلامية، ومحددات التعامل معها، أما الفصل الثالث فيتناول الدراسات السابقة التي تطرقت لهذا الموضوع، ومساهمة الدراسة الحالية، وخصص الفصل الرابع لوضع فرضيات الدراسة ووصف لمنهجية الدراسة وذلك بالتعريف بمجتمع وعينة الدراسة ومتغيرات الدراسة وأداتها وأساليب جمع البيانات والأساليب الإحصائية المستخدمة فيها، بينما يتناول الفصل الخامس تحليلاً مفصلاً للنتائج التي تم الوصول

إليها، أما الفصل السادس والأخير فيتضمن ملخصاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة وأبرز الاستنتاجات والتوصيات المقترحة.

الفصل الثاني

الإطار النظري

2-1 مقدمة

2-2 الإطار النظري

2-2-1 مفهوم البنوك الإسلامية

2-2-2 نشأة البنوك الإسلامية

2-3 قطاع البنوك في الأردن

2-4 قطاع البنوك في الجزائر

2-5 أوجه التشابه والإختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

2-5-1 أوجه التشابه بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

2-5-2 أوجه الإختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

2-6 العوامل المؤثرة في التعامل مع البنوك الإسلامية

2-7 رضا المتعاملين عن خدمات البنوك الإسلامية

2-8 محددات التعامل مع البنوك الإسلامية

2-9 خاتمة الفصل

الفصل الثاني

الإطار النظري

2-1 مقدمة

ظهرت المصارف الإسلامية وشركات التأمين التكافلي منذ ثلاثة عقود من الزمن، وبالرجوع إلى إحصائيات صادرة عن المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية، تبين أن عدد هذه المؤسسات بلغ (270) مؤسسة منتشرة في العالم، محققةً حجم نمو بلغ (10%)، وتدل هذه النسبة على تحقيق هذه المؤسسات النجاحات المستمرة وزيادة في عدد المتعاملين معها، ويوجد أكثر من (180) بنكاً ومؤسسة مالية حول العالم، منها (61) مؤسسة في جنوب آسيا، (34) في جنوب شرقها، و(34) في افريقيا، و(26) في الأردن ومصر وإيران وتركيا، و(21) في دول الخليج العربية، و(4) في أمريكا وأوروبا، و(3) في اليمن. (العجلوني 2012، ص80).

كما أن إقبال المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية يتعلق بمدى رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم، فرضا المتعاملين يعد العامل الأهم في استمرار علاقتهم مع المؤسسات المالية الإسلامية، إذ يزيد ذلك من ولائهم وانتمائهم لها.

وتستعرض الباحثة في الإطار النظري عدداً من الموضوعات ذات الصلة بالدراسة وهي: التعريف بالبنوك الإسلامية ونشأتها، وقطاع البنوك في الأردن والجزائر، وأوجه التشابه والإختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية، والعوامل المؤثرة في التعامل مع البنوك الإسلامية، ورضا المتعاملين عن خدمات البنوك الإسلامية، ومحددات التعامل معها.

2-2 الإطار النظري

2-2-1 مفهوم البنوك الإسلامية

بالرغم من ظهور عدة تعريفات للمصارف الإسلامية، إلا أنها اتفقت معظمها في المضامين الأساسية، ومن بين هذه التعريفات أنها: "المصارف التي ينص قانون انشائها ونظامها الأساسي على الإلتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية وعلى عدم التعامل بالفائدة أخذاً وعطاءً، ويختلف منهج المصارف الإسلامية عن البنوك التقليدية" (عريقات وعقل، 2012، ص65) ، كما عرفت بأنها: "مؤسسة مصرفية تلتزم بجميع معاملاتها ونشاطها الإستثماري، وإدارتها لجميع أعمالها بالشريعة الإسلامية ومقاصدها، وكذلك بأهداف المجتمع الإسلامي داخلياً وخارجياً" ونجد أن هذا التعريف يعد تعريفاً شاملاً ويوضح آلية التعاملات التي يقدمها المصرف الإسلامي للعملاء في إطار شرعي بحت" (الزحيلي، 1998، ص148) .

كما عرّف المصرف الإسلامي بأنه: «مؤسسة مصرفية هدفها تجميع الأموال والمدخرات من كل من لا يرغب في التعامل بالربا (الفائدة) ثم العمل على توظيفها في مجالات النشاط الاقتصادي المختلفة، وكذلك توفير الخدمات المصرفية المتنوعة للعملاء بما يتفق مع الشريعة الإسلامية ويحقق دعم أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع» (مبارك ويونس، 1996)، وعرّف بأنه: "مؤسسة مالية نقدية تقوم بالأعمال والخدمات المالية والمصرفية وجذب الموارد النقدية وتوظيفها توظيفاً فعالاً يكفل نموها لتحقيق أقصى عائد منها وبما يحقق أهداف التنمية الإقتصادية والإجتماعية في إطار أحكام الشريعة الإسلامية السمحة" (العجلوني، 2012، ص110).

ومن خلال استقراء التعريفات السابقة يمكن أن نحدد ملامح مفهوم البنوك الإسلامية والذي يتضمن العناصر التالية:

1. التزامها بأحكام الشريعة الإسلامية بالإبتعاد عن التعامل على أساس الربا المحرم.
2. تنفيذ أحكام الشريعة الإسلامية من خلال هيئة رقابة فعالة تضمن تنفيذ معاملات مصرفية إسلامية ضمن ضوابط الشريعة الإسلامية.
3. الإفصاح والشفافية في تقديم المعلومات للمتعاملين بما يضمن استمرارهم في التعامل مع هذه المصارف.
4. تنمية وعي الأفراد لاستثمار أموالهم بعيداً عن كنزها بما يحقق النهضة الإقتصادية المناسبة.
5. تحقيق التوازن في مجالات الإستثمار المختلفة وفقاً للأولويات الإسلامية.

وتعمل البنوك الإسلامية على تقديم خدمات مصرفية تلبية لاحتياجات المتعاملين، وفي هذا الإطار فإن هناك العديد من المحددات السلوكية التي تعطي الدافع لهم، وقد اهتم عدة باحثين بتنظيم هذه المحددات، ومن هؤلاء (الحموري والخطيب، 1990)، إذ أدرجا عدداً منها كالعوامل الإدارية، ومنح الجوائز، وتوزيع أرباح مجزية وغيرها، في ظل تصور واضح لتعامل هذه البنوك بعيداً عن مفهوم الربا أو الفائدة.

إن عدم اهتمام البعض من المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية يعود لنقص الثقافة الدينية، وعدم وجود تصور واضح لديهم كي يتوجهوا لهذه البنوك للحصول على خدمات مناسبة تلبي رغباتهم، في إطار شرعي بعيداً عن الربا الذي حرّمه الإسلام.

بينما يمكن تبرير ازدياد رغبة المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية بأسباب عدة منها: عدم التعامل بالربا، واستثمار الأموال والمدخرات بالطريقة الشرعية، وإحياء صور التعامل الإسلامي.

2-2-2 نشأة المصارف الإسلامية

تعود بدايات نشأة المصارف الإسلامية للعهد الإسلامي الأول، فقد وضع النبي محمد (صلى الله عليه وسلم) الضوابط والأسس الإستثمارية كمنطلق، فطلب من الناس العمل والتجارة وتحرير الإستثمار من الربا المحرم، قال الله تعالى: (وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبا) (سورة البقرة، الآية 275). فكان العرب يودعون أموالهم عند الرسول (صلى الله عليه وسلم)، حيث كان معروفاً قبل النبوة بالأمانة، وعمل الزبير بن العوام (رضي الله عنه) بمنهج الرسول فقد كان يقبل الودائع على أساس السلف، أي دين بلا فائدة. وهو في ذلك يحقق أمرين: الأول، إعطاءه الحق في التصرف بالمال بإعتباره قرض لا أمانة لا يجوز التصرف بها. والثاني، إعطاء المودع ضمان أكيد في ذمة المقترض برد القرض. وأما الأمانة التي قد تهلك وهي عند المؤتمن لديه من غير تعدٍ أو تقصير فإنها تهلك على صاحبها وليس على المودع لديه (حمود، 1982)، وقد ورث عبدالله بن الزبير (رضي الله عنهما) من أبيه ثروة كبيرة من المال، فأجرى تحويلات مالية عبر البلدان، بالتعاون مع أخيه مصعب في العراق، الذي كان يعطي الناس النقود المتفق عليها في مكة، وأطلق على هذه العمليات بنك الزبير، وهذا يؤكد أن مفهوم الأمانة تطور من وديعة إلى قرض، ومفهوم المؤتَمن (المودَع) لديه بحيث أصبح يأخذ شكلاً مؤسسياً، وهذا ما أخذ به ابن العباس إذ فعل مثل الزبير (رضي الله عنه) (العجلوني، 2012).

إن المتتبع لحركة التجارة الداخلية والخارجية في العالم الإسلامي يجد أنها تعود لابتكار أنظمة مصرفية ومالية، تهدف إلى تمويل المشروعات، وتسهيل عملية تبادل الأفراد للنقود، وقد تعامل المسلمون بالأوراق التجارية، كما أنهم ابتكروا صيغاً تمويلية من "العقود الشرعية" التي تنظم عمل الخدمة المصرفية مما يعد نقلة واضحة في ميدان عمل المصارف (صوان، 2013).

وقد انتشرت البنوك الإسلامية في الآونة الأخيرة، وازداد اقبال المتعاملين معها، وقد أشارت

العديد من الدراسات كدراسة (Iqbal and Molyneux, 2005) إلى أن انتشار البنوك الإسلامية يعود لالتزامها بالمبادئ والتعاليم الإسلامية، وتقديمها لخدمات مشابهة للخدمات التي تقدمها البنوك التقليدية، وقد بيّن كل من (Osman *et al.*, 2009) بأنه يجب على البنوك الإسلامية ألا تعتمد فقط على سمعتها وصورتها الإسلامية لاستقطاب المتعاملين، بل عليها التركيز على تقديم خدمات متطورة تلبي رغبة ورضا المتعاملين، كما أشار كل من (Schlesinger and Heskett,1991) إلى أن ازدياد رضا المتعاملين يقود إلى استمرار علاقتهم مع المؤسسة وهو يؤدي إلى زيادة ولائهم، وبالتالي ازدياد ربحية المؤسسة المالية.

وقد دعا العديد من الأطراف في سبعينات القرن الحالي إلى ضرورة تأسيس بنك إسلامي في الأردن، لتقديم تعاملات في إطار الشريعة الإسلامية، وقد استجاب البنك المركزي الأردني لذلك، حيث اتخذ القرار سنة (1979) بوضع قانون لتأسيس أول بنك إسلامي في الأردن، ثم تأسس البنك العربي الإسلامي الدولي سنة(1997)، تلاه بنك دبي الإسلامي الأردني سنة (2010)، وأخيراً بنك الراجحي الإسلامي سنة (2011).

كما قامت الجزائر بإنشاء بنك البركة الإسلامي في العام (1991) لتواكب حركة التطور في البنوك الإسلامية في دول العالم الكبرى، تلاه إنشاء بنك السلام سنة (2006) ليتابع بذلك حركة التطوير المصرفية الإسلامية في الجزائر.

2- 3 قطاع البنوك في الأردن

يعد قطاع البنوك في الأردن أحد القطاعات الإقتصادية الهامة وذلك لما تمثله أصول تلك البنوك من دافع لتحريك عجلة الإقتصاد الأردني، لذلك شهد النظام المصرفي في الأردن تطورات ملحوظة في نوعية الخدمات التي يقدمها، مما جعله في مصاف الدول المتقدمة في الصناعة المصرفية، كما تطورت القوانين التي تنظم العمل المصرفي بدءاً بالقانون المؤقت سنة (1959)، والذي نجم عنه تأسيس البنك المركزي الأردني سنة (1964) ليلعب دوراً رئيساً في ضبط السياسة النقدية، وقد بلغ عدد البنوك في تلك الفترة (7) بنوك، ويتكون الجهاز المصرفي في الأردن من البنك المركزي والبنوك المرخصة ومؤسسات تسهيل الائتمان. وقد بلغ عدد البنوك المرخصة في الوقت الحالي (26) بنكاً مع وجود (4) بنوك إسلامية (موقع البنك المركزي الأردني، 2012).

وتقدم البنوك التجارية خدمات مصرفية للمتعاملين، وذلك لتنشيط الحركة الإقتصادية، وزيادة الربحية، كما تقدم خدمات تسهل معاملات المواطنين.

وتعمل البنوك الإسلامية في الأردن على دعم التنمية الإقتصادية والإجتماعية، وفق مبادئ الشريعة السمحاء من خلال التعامل بصور متعددة منضبطة بأحكام الشرع الإسلامي، الأمر الذي يؤكد أهمية هذه البنوك في رفد الإقتصاد الأردني وتطويره نحو الأحسن.

2-4 قطاع البنوك في الجزائر

قبل أن نتناول قطاع البنوك في الجزائر لا بد من الإشارة إلى نبذة بسيطة عن دولة الجزائر والتي تشكل إحدى المحاور الرئيسة في الرسالة وذلك بإبراز بعض الملامح والمعطيات التي تتعلق بها.

تعد الجزائر إحدى الدول العربية الإسلامية، وتقع شمال غرب القارة الإفريقية، وتبرز

أهميتها في أنها تشكل حلقة وصل بين العالم العربي وبقية الدول الإفريقية وأوروبا، وهي أكبر بلد إفريقي عربي من حيث المساحة إذ تبلغ (2,381,741كم2)، تطل شمالاً على البحر الأبيض المتوسط ويحدها من الشرق تونس وليبيا، ومن الغرب المغرب وموريتانيا والصحراء الغربية، وجنوباً مالي والنيجر. وهي من الدول ذات الثقل السكاني المعتبر بمقدار 37,900 مليون نسمة والتي يشكل الشباب فيها نسبة تصل إلى 75% من عدد السكان الكلي، ومن أهم وأكبر المدن في الجزائر، الجزائر العاصمة، وهران، وقسنطينة، ولغتها الرسمية العربية. أما تاريخياً فقد وقعت الجزائر تحت الإستعمار الفرنسي بعد الحكمين الإسباني والعثماني. إذ احتلت فرنسا الجزائر عام 1830، حيث حاول الإستعمار طمس ثقافة وديانة ولغة الشعب الجزائري، لكنه اصطدم بمقاومة قادها عدد من القياديين البارزين، واقترن ذلك بصمود مشرف للشعب الجزائري طيلة فترة الإستعمار، إلى أن اندلعت الثورة الجزائرية في الأول من نوفمبر 1954، وبها نال الجزائريون استقلالهم في 5 يوليو 1962 مقابل مليون ونصف مليون شهيد.

وقد تميز الإقتصاد الجزائري إبان الإستعمار الفرنسي بأنه اقتصاد استهلاكي، وقام على نظامين أحدهما النظام الحرفي الذي تميز بالتنوع والتوسع، والثاني القطاع الفلاحي والذي مارسه أفراد الشعب في السهول والشعاب. وبعد نيل الجزائر استقلالها عمدت الحكومة على إحداث إصلاحات عديده في قطاع الإقتصاد حتى يومنا هذا، وقد ظهر ذلك جلياً في الثورة الزراعية في عهد الرئيس بومدين في الفترة (1965-1978)، وذلك لتحفيز الإنتاج الزراعي بغية تحقيق الإكتفاء الذاتي ورفد القطاع الصناعي بالمواد الخام، وقد شهدت سنة 1986 نكسة بسبب إنخفاض أسعار النفط، مما أثر جلياً عليه، وزاد من حجم المديونية الخارجية للجزائر والتي بلغت أكثر من 27 مليار دولار سنة 1989، وارتفعت إلى 33 مليار دولار سنة 1995 – 1996، مما دفع الجزائر إلى انتهاج النظام الرأسمالي والإقتصاد المفتوح كبديل عن النظام الإشتراكي الذي أظهر

عجزاً في علاج المشكلات الإقتصادية في العديد من الدول. وقد دخلت الجزائر سنة 1991 في أزمة سياسية بعد إلغاء نتائج الإنتخابات الرئاسية لنفس السنة، والتي فاز فيها الحزب المنحل "الجبهة الإسلامية للإنقاذ"، مما أدخل الجزائر في دوامة من الإضطرابات دامت أكثر من 10 سنوات راح ضحيتها قرابة 150 ألف شخص، وأثرت بشكل واضح على الإقتصاد الجزائري بسبب تشويه القاعدة الإقتصادية الناتجة عن الأعمال الإرهابية التي شملت كل القطاعات (Joffé, 2002).

إن المتتبع لواقع الإقتصاد الجزائري يجد أنه قد مر بمرحلتين هما: المرحلة الأولى، والتي تدهور فيها الإقتصاد الجزائري مما دفع الدولة اللجوء لصندوق النقد الدولي لإعادة جدولة الديون (1989 – 1998) وذلك لعدم مقدرتها على التسديد، أما المرحلة الثانية فقد شهدت تحسناً لهذه المؤشرات الإقتصادية، ويعزى ذلك لعوامل عدة داخلية وخارجية، تمثلت الداخلية في الاستقرار السياسي الذي كان نتاجاً لميثاق السلم والمصالحة الوطنية[1]، أما العوامل الخارجية فقد تمثلت في زيادة صادرات الجزائر من النفط، والتي رافقها ارتفاع الأسعار مما شكل عاملاً إيجابيا في إنتعاش الإقتصاد الجزائري وتسديد الديون الخارجية.

ويعد قطاع البنوك في الجزائر أحد القطاعات الإقتصادية الهامة، وهو كغيره من القطاعات البنكية في دول العالم يواجه جملة من التحولات منها: انتقال الإقتصاد الجزائري إلى اقتصاد السوق، ومنها ما أفرزه المحيط العالمي، وفي سبيل ذلك انتهجت السلطات الإقتصادية مجموعة من الجهود بغية اعتماد أنماط جديدة في إدارة النظام المصرفي الجزائري، وهذا النظام ليس بمعزل عن طبيعة الإقتصادات المعاصرة التي تتصف بالتغير المستمر، إذ عرف الإقتصاد الجزائري تحولاً من

[1] ميثاق السلم والمصالحة الوطنية: وهو الميثاق الذي قدمه الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقه محاولا انهاء حرب العشرية السوداء في الجزائر (الحرب الأهلية الجزائرية) من خلال منح عفو عن معظم أعمال العنف التي ارتكبت اثنائها حيث تم إجراء استفتاء عام عليه في 29 سبتمبر 2005 وقد حصل الميثاق خلاله على موافقة بنسبة 97% وقد تم تنفيذ الميثاق بوصفه قانوناً في 28 فيبراير 2006.

منطلق اقتصادي مبني على التخطيط المركزي إلى منطلق جديد أكثر انفتاحاً وتحرراً، كما عرفت بيئة الأعمال المصرفية الكثير من المستجدات ذات الصلة بالتنظيم والإدارة والتسويق مما يدفع بهذا الأخير إلى البحث عن كيفيات التعامل مع ذلك.

وقد نشأ قطاع البنوك في الجزائر لخدمة الإقتصاد الوطني بتبعية للنظام الأجنبي، وبعد أن حصلت الجزائر على استقلالها حدثت تغيرات نوعية في القطاع المصرفي تمثلت في تغيرات مالية، كسحب الودائع، وتغيرات سياسية واقتصادية، تمثلت في الانفتاح على العالم الخارجي، وتغيرات إجرائية وإدارية تمثلت خصوصاً في هجرة الإطارات المؤهلة لتسيير البنوك، وتغيرات قضائية وذلك من خلال إيجاد مقرات جديدة لهذه البنوك، وفي سنة (1986) صدر الإصلاح النقدي من خلال صدور قانون البنوك والقرض، وقد أحدث نقلة نوعية في نوعية الخدمات المقدمة، ثم صدر قانون تكييف الإصلاح سنة (1988)، وذلك من خلال وضع لجنة لمراقبة البنوك وتنظيم وتطوير الأسواق المالية والنقدية، ثم صدر إصلاح 1990 فظهر قانون النقد والقرض سنة (1990)، والذي جعل القطاع المصرفي الجزائري يساير القطاعات الإقتصادية في البلدان الأخرى، وأخيراً صدر الإصلاح سنة (1994)، ومن خلاله تم معالجة التضخم والديون التي كانت تعاني منها الجزائر (خبابة، 2012). ويوجد في الجزائر (20) بنكاً، منها: البنك الوطني الجزائري، وبنك الفلاحة والتنمية الريفية، والقرض الشعبي الجزائري، والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، وغيرها.

ويستعرض الجدول (2-1) البنوك العاملة في الجزائر في العام 2013.

الجدول (2-1)

البنوك العاملة في الجزائر في العام 2013

اسم البنك	صفة البنك	اسم البنك	صفة البنك
البنك الوطني الجزائري	عام	بنك الخليج	خاص
بنك الخارجي الجزائري	عام	بنك الإسكان للتجارة والتمويل	خاص
القرض الشعبي الجزائري	عام	البنك البريطاني العربي التجاري	خاص
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	عام	المؤسسة المصرفية العربية	خاص
الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط	عام	سوسيته جنرال	خاص
الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي	عام	ستي بنك	خاص
بي إن بي باريبه	خاص	ناتكسيس	خاص
البنك العربي	خاص	بنك السلام	إسلامي
بنك الثقة	خاص	بنك البركة	إسلامي
فرانس بنك	خاص		
كاليون بنك	خاص		

المصدر:البنك المركزي الجزائري، 2013

وكان المبرر من وراء طلب البنوك الإسلامية الإعتماد من البنك المركزي الجزائري صدور قانون النقد والقرض سنة (1990) والذي من متعلقاته فتح مجالات الإستثمار أمام الشركات الأجنبية (زنكري ورحيم، 2013) فجاءت فكرة إنشاء بنك البركة الجزائري كأول بنك إسلامي مشترك بين القطاعين العام والخاص والذي تم بين الجزائر ممثلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وشركة دلة البركة القابضة[2]، ليكون ثمرة للصحوة الإسلامية في المجتمع الجزائري، لغرس مبادئ الشريعة الإسلامية وتطبيقها في التعاملات المصرفية، وقد تم إنشاء هذا البنك في 20 مايو 1991، وبدأ بممارسة نشاطه الفعلي في شهر سبتمبر 1991(www.albaraka-bank.com) ويقع مقر البنك الرئيس في الجزائر العاصمة، وله فروع بلغ عددها سنة (2013) (26) فرعاً

[2] شركة دلة البركة القابضة الدولية: مجموعة مصرفية سعودية مقرها البحرين، تقوم بتقديم معاملات مالية وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية

والجدير بالذكر أن بنك البركة الجزائري يمثل وحدة مصرفية تبعيتها لمجموعة البركة المصرفية[3]، ويعتمد البنك في صيغ التمويل على التمويل قصير الأجل وخاصة بصيغة المرابحة، كما يتميز بالعديد من المزايا فضلاً عن كونه أول بنك إسلامي في الجزائر، إذ واكب الانطلاقة للاقتصاد الجزائري بشكل فاعل، كما أسهم في مسيرة التنمية والبناء، والإنماء، وكذلك عمل على دعم وتطوير العديد من قطاعات الدولة الحيوية، منها قطاع الإتصالات، والصناعات التحويلية النفطية، كما يملك البنك إمكانيات مادية جعلت منه بنكاً في مصاف البنوك المتقدمة في الجزائر(اتحاد المصارف العربية، 2012).

أما مصرف السلام في الجزائر فهو عبارة عن مؤسسة مالية شاملة تعمل وفق الشريعة الإسلامية، وقد تم تأسيسه سنة (2006)، وزاول نشاطه سنة (2008)، ويقع مقر البنك الرئيس في الجزائر العاصمة (دالي إبراهيم)، وله أربع فروع، ويعمل هذا البنك وفق استراتيجية واضحة تواكب متطلبات التنمية الإقتصادية في جميع المرافق الحيوية في الجزائر، ويهدف لتقديم خدمات ومنتجات مبتكرة ومواكبة للتطور التكنولوجي لتلبية حاجات المتعاملين وفقاً لمبادئ الشرع الإسلامي (www.alsalamalgeria.com).

2-5 أوجه التشابه والإختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

إن التعاملات المصرفية التي تقوم بها كل من البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية قد تتشابه في صور معينة، وتختلف في صور أخرى، وفيما يلي استعراض لأوجه التشابه ثم أوجه الإختلاف بينهما.

---

[3] يبلغ عدد فروع مجموعة البركة (400) فرع في كل من الأردن، تونس، السودان، تركيا، مملكة البحرين، مصر، الجزائر، باكستان، جنوب افريقيا، لبنان، سوريا، أندونيسيا، ليبيا، العراق، المملكة العربية السعودية

2-5-1 أوجه التشابه بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

تؤدي كل من البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية العديد من التعاملات المصرفية والتي تتشابه في ما يلي (العجلوني، 2012):

1. أن كل منهما يحمل مسمّى بنك.
2. تقديم خدمات متشابهة كتحويل الأموال والصرافة وتحصيل الديون وغيرها.
3. أن كل منهما يعمل كوسيط مالي ما بين المدّخرين والمستثمرين.
4. الإتفاق في الودائع الجارية المبنية على أساس القرض بدون فائدة.
5. الاستثمار في أسهم الشركات دون السندات.
6. خضوعهما لرقابة البنك المركزي على حد سواء.

2-5-2 أوجه الإختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية

وتوجد العديد من أوجه الاختلاف في تعاملات البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية تتمثل فيما يلي (العجلوني، 2012):

1. يلتزم البنك الإسلامي بمسماه العقيدي، بينما لا يشير البنك التقليدي لمنهجه هل هو رأسمالي أم اشتراكي.
2. يقوم مبدأ التعامل في البنك الإسلامي على أساس الربح والخسارة، بينما يقوم البنك التقليدي على أساس الفائدة.
3. تركز البنوك الإسلامية في معاملاتها على الاستثمار بشكل كبير كالمرابحة والإيجارة المنتهية بالتمليك، بينما التركيز على الإقراض يمثل الغاية القصوى في البنوك التقليدية .
4. تخضع البنوك الإسلامية للرقابة الشرعية ورقابة البنك المركزي، بينما تخضع البنوك التقليدية لرقابة البنك المركزي فقط.

5. تطلب استثمارات البنك الإسلامي امتلاك الأصول الثابتة والمنقولة، بينما يمنع على البنوك التقليدية هذا التملك خوفاً من تجميد أموالها.

6. تمارس البنوك الإسلامية التجارة في السلع، بينما لا يسمح للبنوك التقليدية بذلك خوفاً من الإحتكار.

7. لا يطلب البنك الإسلامي ضمانات من قبل المستثمرين كون التمويل مشارك بالربح والخسارة وغالباً ما يطلب البنك ضمانات في حالة التقصير أو التعدي على المشروعات، بعكس البنوك التقليدية التي تطلب ضمانات على الأصول الثابتة والمنقولة من المستثمرين والمقترضين.

8. للبنوك الإسلامية مسؤوليات تنموية واقتصادية واجتماعية بينما تهدف البنوك التقليدية لتحقيق الربح فقط.

9. تعمل البنوك الإسلامية على التيسير على المعسر في سداد دينه، بينما تفرض البنوك التقليدية غرامات ربوية عليه.

2-6 العوامل المؤثرة في التعامل مع البنوك الإسلامية

توجد عدة عوامل تؤثر في تبني العملاء لخدمات البنوك الإسلامية تم تصنيفها في أربع مجموعات (الخضري، 1990):

مجموعة القواعد والمحددات العقيدية، مجموعة العوامل والمحددات المصرفية، ومجموعة العوامل والمحددات الإقتصادية والبيئة الإجتماعية والثقافية.

- **القواعد والمحددات العقيدية:** يعد البنك الإسلامي مؤسسة قائمة على العقيدة وتبعة للشريعة التي تضع القيود والمحددات التي تنظم عمل البنوك الإسلامية، ويؤكد (النجار وآخرون،

1978، ص29) بأن البنوك الإسلامية والبنوك الربوية "لا يلتقيان في تصور، ولا يتفقان في أساس، ولا يتوافقان في نتيجة، إن كلاً منهما يقوم على تصور للحياة والأهداف والغايات يناقض الآخر تمام المناقضة".

- **العوامل والمحددات المصرفية:** اهتم الفقه الإسلامي بالإستثمار، فظهرت صور عديدة كالمشاركة، المضاربة، كما فرضت الشريعة الإسلامية ثلاثة تكاليف على مالك المال في استثمار أمواله هي: مداومه استثمار مالك المال ماله، ووجوب اتباع أرشد السبل في استثمار هذا المال، ووجوب توجيه استثمار المال إلى جميع المسالك التي تتطلبها ضرورات المجتمع (الطيار، 1988، ص168).
- **العوامل والمحددات الإقتصادية:** توجد عدة قواعد اقتصادية ينبغي أن يراعيها البنك الإسلامي منها:

أ. مراعاة الضروريات ثم الكماليات في الإستثمار.

ب. الاسثمار في المنطقة الجغرافية المحيطة بالبنك ثم الإنتقال إلى الفروع الأخرى.

ج. امكانية تحقيق الربح وتقليل المخاطرة.

د. عدم احتواء النشاط المرغوب الإستثمار فيه على مخاطر عالية.

هـ. إجراء التحليل المالي والإقتصادي للمركز المالي للعملاء ومعرفة مواردهم الذاتية والتزاماتهم الخارجية.

- **البيئة الاجتماعية والثقافية:** يقوم المنهج الإسلامي على محددات ثقافية وقواعد إجتماعية لإيجاد مجتمع متكامل يجمع بين الإشباع المادي والإشباع الروحي، ومن أهم خصائص هذا المنهج (العجلوني، 2012):

أ. **الشمول:** تهدف التعاملات المصرفية مرضاة الله سبحانه وتعالى وإشباع حاجات الإنسان المادية والروحية وتنمية رأس المال بالحلال.

ب. **التوازن:** من خلال عدالة توزيع العوائد بين الأنشطة ذات الفوائض الإقتصادية والأنشطة ذات الحاجة الإجتماعية لها، والتوازن يعني كذلك تنويع الإستثمارات قطاعياً وجغرافياً، والتمييز بين الضروريات والكماليات.

ج. **محاربة الفقر:** وذلك من خلال تفعيل الزكاة التي يأخذها البنك من عوائد أمواله وأموال عملائه وتوزيعها على الفقراء والمحتاجين.

د. **العدل:** في جميع التعاملات المصرفية.

هـ. **المسؤولية:** وهي المسؤولية المشتركة بين المجتمع والبنك الإسلامي.

2- 7 رضا المتعاملين عن خدمات البنوك الإسلامية

يعرف الرضا بأنه شعور الفرد بالسعادة أو الخذلان الناتج عن مقارنة أداء المنتج المدرك بعد الإستهلاك مع توقعاته من المنتج قبل الإستهلاك (Kottler and Keller, 2006).

وبما أن الرضا هو شعور داخلي، ويعتمد على تجارب العميل بإستلام الخدمة واستهلاكها، فإنه يمكن ملاحظة أهمية إدراكات جودة الخدمة، وعلاقتها مع رضا العملاء، ويمكن أن يتحقق رضا العميل بتقديم خدمات مصرفية تتصف بالجودة، كما أن ذلك يعزز من ولاء العميل للبنك، لذلك فإن تميز المؤسسات يمكن أن يتحقق من خلال جودة الخدمات المقدمة التي تشبع رغبة العميل (Zeithaml and Bitner, 2002).

ولا يزال مفهوم "صورة المؤسسات" غير محدد المعالم، فهو عبارة عن مجموعة من الإدراكات الفردية حول المؤسسة المحددة، فصورة المؤسسة تتصل باسم العمل وتركيبته وتنوع الخدمات أو المنتجات، وانطباع الجوده وغير ذلك (Nguyen and Leblanc, 2002).

وقد أشار (شعشاعة، 2005) إلى وجود عدة عوامل تؤثر على رضا وتوقعات العملاء عن خدمات المصارف الإسلامية تتمثل في:

1. **الإتصال بالأشخاص المحيطين:** أي أن الشخص يبني توقعاته عن المؤسسة الخدمية التي ينوي التعامل معها، من خلال التعرف على انطباعات الآخرين عن هذه المؤسسة أو الخدمة كالأسرة والأصدقاء وزملاء العمل.
2. **الحاجات الشخصية:** وتتأثر هذه الحاجات بالسمات الشخصية والنفسية والإجتماعية للفرد وكذلك موارده الشخصية، وتختلف الإحتياجات الشخصية من شخص لآخر لإختلاف الأشخاص في أعمارهم وثقافتهم وأجناسهم ودخلهم ومعتقداتهم.
3. **الخبرة السابقة:** وتعني مرور العميل بتجربة لنفس الخدمة، إذ تشكل عاملاً هاماً في تكوين توقعاته نحو الخدمه التي تقدمها المؤسسة.
4. **الإتصال الخارجي:** ويقصد به مدى قدرة المؤسسة على إيصال رسائلها للمتعاملين بواسطة وسائل الإتصال المختلفة كالإعلانات والدعاية وغيرها.

ونخلص إلى أن توقعات العملاء تعد المحور الرئيسي للحكم على جودة الخدمة في المصارف، من خلال مقارنة ماذا يريدون أو يتوقعون وما يدركون أنهم يحصلون عليه.

8-2 محددات التعامل مع البنوك الإسلامية

إن التعرف على محددات التعامل مع المصارف الإسلامية يعد أمراً هاماً، ذلك لأن توجه العميل للبنك تحكمه عدة عوامل قد تكون شخصية أو عملية، وبالرغم من أهمية هذه المحددات إلا أن المتفحص لما أثمرت عنه نتائج الدراسات السابقة، يجد أن هناك ندرة في الدراسات التي بينت هذه المحددات ومدى تأثيرها على سلوك المتعاملين، ومن خلال استطلاع العديد من الدراسات التي بحثت دوافع المتعاملين للتعامل مع المصارف الإسلامية نجد أن هناك اختلافاً بين دراسة وأخرى، فدراسة (Ramdhony, 2013) بينت أن الدافع الديني يعد من العوامل المهمة للتعامل مع المصارف الإسلامية، بينما بينت دراسة (Erol and EL-bdour, 1989) أن التفرع ليس العامل الأهم للتعامل مع المصارف الإسلامية، وإنما تأثير العلاقات الشخصية وأفراد المجتمع والتطور الإقتصادي والإجتماعي للنظام المصرفي الإسلامي هو العامل الأهم، لذلك جاءت فكرة هذه الدراسة للتعرف على المحددات السلوكية للتعامل مع المصارف الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر.

وبالرجوع إلى الدراسات السابقة، تعرضت بعض الدراسات لهذه المحددات والتي من خلالها تم صياغة فقرات الإستبانة وهي:

- **الدافع الديني:** يعد الدافع الديني أحد المحددات الهامة للتعامل مع البنوك الإسلامية، حيث يشكل العامل الديني والإلتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية، محركاً للأفراد للتوجه إلى البنوك الإسلامية للحصول على خدمات تلبي احتياجاتهم وتزيد من رضاهم عن الخدمات التي تقدم لهم مما يزيد من ولائهم لهذه البنوك، ومن الدراسات التي تعرضت للدافع الديني دراسة (الحموري والخطيب، 1990)، و دراسة (Imtiaz *et al.*, 2013) إذ بينتا أن من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية، الوعي الديني الكامل لخدمات المصرف الإسلامي، كما

أظهرت دراسة (Selamat and Abdul – Kadir, 2012) أن الدافع الديني هو المحدد الرئيس للتعامل مع البنوك الإسلامية وكذلك سمعة البنك والخدمة السريعة وسرية البنك.

- **جودة الخدمة البنكية:** يسعى المتعاملون دوماً للحصول على خدمات تتصف بالجودة، خاصة في ظل الإنتشار الواسع للبنوك، وتطور الخدمة المصرفية، مما يبين ما لهذا العامل من أهمية في زيادة اقبال المتعاملين. ومن الدراسات التي أكدت ذلك دراسة (Haque *et al.,* 2009) التي بينت أهمية جودة الخدمة في زيادة الإقبال على التعامل، ودراسة (Abdullah *et al.*, 2012) التي بينت أن من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية وجود تسهيلات مصرفية مناسبة، وكذلك الدوافع الدينية والفهم الكامل لطبيعة التعاملات الإسلامية، كما بينت دراسة (Rashid and Hassan, 2009) أن عدة عوامل تؤثر على اختيار البنوك الإسلامية منها، فاعلية البنك وكفاءته ومقدرته على تقديم الخدمات ومستوى الثقة.

- **أسعار الخدمة:** يسعى المتعاملون للحصول على خدمات بأسعار مناسبة وذلك لما يوفره من كلفة على المتعاملين، وهذا ما أوضحته دراسة (الحموري والخطيب، 1990) إذ أكدا على رغبة المتعاملين في الحصول على أسعار مناسبة للخدمات التي يحصلون عليها مما يوجب على البنوك الإسلامية إيلاء هذا العنصر الأهمية التي يستحقها.

- **التفرع:** إن ازدياد فروع البنك يعد من العوامل الهامة للتعامل مع البنوك الإسلامية لما يوفره ذلك من كلفة ومشقة على العميل، ومن الدراسات التي أكدت على ذلك دراسة (الحموري والخطيب، 1990) حيث بينا أن قرب أو بعد البنك له تأثير على اختيار هذا البنك أو غيره.

- **تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في إختيار البنوك الإسلامية:** تعد العوامل الشخصية من العوامل الهامة في زيادة اقبال المتعاملين، وهذا ما أكدته العديد من الدراسات، إذ أن ذلك

يتعلق بسلوك الأفراد واتجاهاتهم ، كدراسة (Echchabi and Abd. Aziz, 2012) التي بينت أن من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية، وجود الوعي، وتأثير كل من الوالدين والأشقاء والزملاء والفائدة النسبية والموضوعية.

- **حوكمة البنوك الإسلامية:** إن الرقابة التي تمارسها البنوك على عملياتها المصرفية تؤكد أهمية هذا العامل بالنسبة للمتعاملين إذ فيه حفاظ على أموالهم ومدخراتهم في البنك، ومن الدراسات التي أكدت ذلك دراسة (الدماغ، 2006)، والتي بينت وجود ارتباط واضح ما بين الرقابة الشرعية وما تقوم به في انجاح السياسات التمويلية للبنوك.

ويمكن تلخيص أن إقبال المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية تحكمه عدة عوامل منها الوعي الديني، والإدراك لطبيعة الخدمة المقدمة، وتأثير الأصدقاء والعائلة، وجودة الخدمة، وسرعة تقديمها، مما يؤكد أهمية هذه العوامل مجتمعة في تبني المتعاملين للخدمات المصرفية الإسلامية.

2-9 خاتمة الفصل

في هذا الفصل تم التعرض لتعريف البنوك الإسلامية ونشأتها وبيان قطاع البنوك في الأردن والجزائر، كما تم بيان أوجه التشابه والإختلاف بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، وبيان العوامل المؤثرة في التعامل مع البنوك الإسلامية، وتحديد رضا المتعاملين عن خدمات البنوك الإسلامية، بالإضافة إلى التعرض لمحددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر بالاستناد لنتائج الدراسات السابقة وهو ما سيتم تناوله في الفصل الثالث.

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

3-1 مقدمة

3-2 الدراسات السابقة

3-3 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

3-4 ملخص الدراسات السابقة

3-5 خاتمة الفصل

الفصل الثالث

الدراسات السابقة

3-1 مقدمة

تهدف الدراسة للتعرف على المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية في كل من الأردن والجزائر، ولتحقيق هذا الهدف قامت الباحثة بالاطلاع على عدد من الدراسات والأبحاث المحكمة التي تتعلق بمحددات التعامل مع البنوك الإسلامية في العديد من الدول من خلال مسح الأدب السابق، وقد استطاعت الحصول على العديد من الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة حيث تناول بعض منها أحد متغيرات الدراسة، وتناول البعض الآخر متغيرين أو أكثر، إلا أن الباحثة عثرت على دراسات قليلة تناولت جميع محددات التعامل مع البنوك الإسلامية إلا أنها لم تكن بشكل مقارن بين دولتين، وفيما يلي تستعرض الباحثة عدداً منها والتي تم الحصول عليها من مصادر مختلفة وبعضها له علاقة مباشرة بموضوع الدراسة إذ ركز على أكثر من بعد، وبعضها الآخر تطرق للموضوع بشكل مباشر ولكن ببعد واحد.

3-2 الدراسات السابقة

من الدراسات التي انسجمت في توجهاتها مع الدراسة الحالية، دراسة أجريت على البيئة الكويتية لإختبار محددات التعامل مع البنوك الإسلامية الكويتية، وهي دراسة **(بشير، 2013)** بعنوان: "**محددات اختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين الأفراد مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت: دراسة ميدانية**".

هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات إختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين، من خلال عينة عشوائية بلغت 120 فرداً، مستخدماً الإستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى:

1. توجد علاقة للدافع الديني في اختيار العملاء للبنوك الإسلامية.
2. توجد علاقة للعوامل غير الدينية، مثل التفرع وتأثير الأصدقاء والعائلة.

كما تم الاستئناس بدراسة حديثة أجريت في الجزائر ولها علاقة بواقع الخدمة المصرفية في دول المغرب العربي، إذ تبين أن العمل المصرفي في دول المغرب العربي ما زال حديث التجربة وما زال أمام البنوك وخاصة الإسلامية الكثير لتعمله في سبيل تقديم خدمة مصرفية مميزة، بحيث يزيد عدد المتعاملين معها وهذه الدراسة هي دراسة **(زنكري ورحيم، 2013)** بعنوان: "**الصناعة المصرفية الإسلامية في دول المغرب العربي الواقع والتحديات وسبل التطوير**"، هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع البنوك الإسلامية في الدول المغاربية (الجزائر، تونس، المغرب، ليبيا، موريتانيا) والتحديات التي تقف أمام تطورها، إذ أن هذه الصناعة متخلفة في هذه الدول مقارنة بما عرفته من نمو في العديد من الدول الإسلامية، ومن ثم تقديم بعض المقترحات في سبيل تطويرها وترقية أنشطتها خاصة في ظل المستجدات الأخيرة التي اقتضتها التحولات السياسية في تلك الدول، وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:

1. أن تجربة العمل المصرفي الإسلامي في دول المغرب العربي تعدُّ تجربة بسيطة إذا ما قورنت بما تحقق من تطور عرفته الصناعة المصرفية الإسلامية على المستوى العالمي.
2. يواجه عمل البنوك الإسلامية في الدول المغاربية تحديات عديدة نذكر منها : طبيعة القوانين المصرفية القائمة على أساس أنظمة عمل البنوك التقليدية، وندرة الكفاءات البشرية المؤهلة.

ومن الدراسات ذات العلاقة والتي ركزت على جانب الوعي المصرفي والعامل الديني بين المسلمين وغير المسلمين دراسة (Ramdhony,2013) بعنوان: **"Islamic Banking Awareness Attitudes and Bank Selection Criteria"**، يقدم العمل المصرفي الإسلامي الإمكانية لما يقدر ب (1.6) بليون مسلم حول العالم لتفعيل اقتصاد يلتزم بالشريعة الإسلامية، وتبحث هذه الدراسة فيما إذا كان الموريتانيون يفضلون العمل المصرفي الإسلامي، ومعيار اختيارهم للبنك، من خلال إجراء المقارنة بين مجموعتين من المسلمين وغير المسلمين إذ تم استطلاع (300) شخص على أساس عشوائي باستخدام إستبانة معيارية صممت بناءً على الأدب السابق. وأظهرت نتائج الدراسة أن الوعي منخفض عند المسلمين وغير المسلمين، إلا أن وعي المسلمين بمنهجية العمل المصرفي الإسلامي أفضل، وكذلك وجدت الدراسة أنه يوجد اعتقاد عام لدى الموريتانيين أن العامل الديني والعوائد المصرفية تحث الأفراد على التعامل مع البنك الإسلامي، وكما تم توقعه فإن المسلمين يدعمون حركة العمل المصرفي الإسلامي مع الغالبية والتي تعبر عن نيتها الإستثمار في البنك الإسلامي إذا كانت ستحصل على مبلغ غير متوقع من المال، وقد لوحظت بعض الإختلافات في معيار اختيار البنك بين المسلمين وغير المسلمين.

ومن الدراسات التي ركزت على العامل الديني والإختلاف بين المسلمين وغير المسلمين في إدراك ماهية العمل المصرفي الإسلامي دراسة (Loo, 2013) بعنوان: **" Attitudes and Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims and Non-Muslims in Malaysia: Implications for Marketing to Baby Boomers X-Generation"**، لقد حثت الأزمة المالية التي بدأت في الغرب عام 2008 أنصار العمل المصرفي الإسلامي على تجديد مطالبهم بأن العمل المصرفي الإسلامي هو الأفضل من العمل المصرفي التقليدي، فبالرغم من أن العمل المصرفي الإسلامي معروف بدرجة أقل في الغرب، إلا

أنه لا يمكن التقليل من قوته بسبب ازدياد السكان المسلمين في العديد من مدن الدول الأوروبية المتطورة. ومن أجل إيجاد نظام مصرفي اسلامي حيوي على مستوى العالم، يحتاج المسوقون إلى قياس قبوله عند غير المسلمين. وقد كشفت هذه الدراسة الإختلاف في الإتجاهات والمفاهيم نحو العمل المصرفي الإسلامي بين المسلمين وغير المسلمين، وتعتبر ماليزيا الحالة المثالية حيث يشكل المسلمون فيها (60%) من السكان، إلا أن الثروة الوطنية موجودة أيضاً وبنسبة مع غير المسلمين. وتم إجراء مقابلات مع (200) ماليزي، نصفهم من المسلمين ونصفهم الآخر من غير المسلمين، وأظهرت النتائج أن المسلمين داعمين للعمل المصرفي الإسلامي، بينما يرى غير المسلمين أن العمل المصرفي الإسلامي مناسب بشكل رئيس للمسلمين فقط.

ومن الدراسات الأخرى ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة والتي تناولت البعد الديني وجودة الخدمة المصرفية وتأثير العائلة في تبني الخدمات المصرفية الإسلامية، دراسة **(Imtiaz, *et al.,* 2013)** بعنوان: **"Facrtors Affecting the Individual's Behavior Towards Islamic Banking in Pakistan an Empirical Study"**، هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على سلوك الأفراد في التعامل مع البنوك الإسلامية في باكستان، من خلال توزيع الإستبانة على 100 عميل من أربعة بنوك في باكستان.

و قد توصلت إلى ما يلي:

1. أن الدافع الديني هو عامل رئيس في اختيار الخدمات المصرفية الإسلامية.
2. أن جودة الخدمة المصرفية هي عامل مؤثر في التعامل مع البنوك الإسلامية.
3. أن الذكور والإناث وكبار السن يفضلون التعامل مع البنوك الإسلامية.

ومن الدراسات التي بحثت أهمية الوعي المصرفي، وأثار العائلة والأصدقاء في تبني الخدمات المصرفية الإسلامية دراسة كل من **(Echchabi and Abd. Aziz. 2012)** بعنوان:

"Empirical Investigation of Customrs" Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco". وقد هدفت الدراسة إلى اختبار رغبة المتعاملين في تبني الخدمات المصرفية الإسلامية والعوامل التي تؤثر على القرارات المتخذة في المغرب من خلال توزيع إستبانة على 200 عميل من المتعامليين مع البنوك الإسلامية، وتم جمع (146) إستبانة منهم خضعت للتحليل.

وقد توصلت الدراسة إلى:

1. وجود العديد من العوامل التي توجه المتعاملين نحو الخدمات المصرفية الإسلامية في المغرب مثل الوعي المصرفي لخدمات المصرف الإسلامي.
2. وجود أثر للعائلة والأصدقاء لتوجه المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية.

كما تعرضت دراسة أخرى لجانب مهم يتعلق بالدوافع وهو عنصر الرضا الذي أظهرت العديد من الدراسات مدى أهميته في زيادة إقبال المتعاملين على التعامل مع البنوك الإسلامية.

دراسة **(Selamat, and Abdul-Kadir, 2012)** بعنوان **"Attitude and Patronage Factors of Bank Customers in Malaysia: Muslim and Non-Muslim Views"**، إذ تناولت عدداً من المحددات كالعامل الديني وجودة الخدمة والحاكمية وسمعة البنك، كما أنها تميزت بالمقارنة بين المسلم وغير المسلم في اختيار البنك، وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في اختيار العملاء ولكن مع أخذ عامل الديانة بعين الإعتبار وذلك من خلال توزيع 200 إستبانة على المتعاملين.

وبعد إجراء عملية التحليل الإحصائي تم التوصل للنتائج التالية:

1. لم يكن الدافع الديني العامل الوحيد في اختيار التعامل مع البنك.

2. يجد المتعاملون أن الخدمة السريعة والفاعلة، وسرية البنك وسمعته تعد عوامل مؤثرة في اختيارهم للتعامل مع البنوك.

ومن الدراسات ذات الصلة أيضاً والتي ركزت على العامل الديني والوعي المصرفي وجودة الخدمة ومدى مقدرة البنك الإسلامي على تحقيق السيطرة في القطاع المصرفي، دراسة (**Abdullah** ***et al*****, 2012**) بعنوان: **"Perception of Non-Muslims Customers Towands Islamic Banks in Malaysia**، وقد هدفت الدراسة إلى اختبار إدراك الزبائن غير المسلمين للخدمات المصرفية الإسلامية في ماليزيا من خلال توزيع إستبانة على (152) مستجيباً من كوالالامبور.

وبعد إجراء عملية التحليل الإحصائي توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. عدم وجود رابط بين الديانة والتعليم وإدراك المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية.
2. أن الوعي المصرفي يمكن أن يحسن التسهيلات المصرفية المقدمة.
3. عدم وجود تأكيد على مدى شعبية ما تقدمه البنوك الإسلامية من خدمات لغير المسلمين.
4. أن المستجيبين يؤكدون على أن العمل المصرفي الإسلامي سيكون هو المسطير في المستقبل القريب في ماليزيا.

ومن الدراسات ذات العلاقة والتي ركزت على جانب خدمات المصرف الإسلامي، ومدى أهمية معيار الجودة، ومعيار الوعي بنظام العمل المصرفي الإسلامي دراسة (**Ul-Haq** ***et al*,**, **2011**) بعنوان: **"Perceptions of Corporate Customers Towards Islamic Banking Products and Services in Pakistan"**، كان الهدف الرئيس لهذه الدراسة

اختبار المفاهيم لزبائن الشركة نحو منتجات وخدمات العمل المصرفي الإسلامي في الباكستان، وقد ناقشت الدراسة ثلاث خواص رئيسة هي:

1. الإستخدام لتسهيلات العمل المصرفي الإسلامي والتقليدي.
2. فهم المستجيبين لنظام العمل المصرفي الإسلامي.
3. رأيهم الشخصي بخصوص العديد من السمات للخدمات المصرفية الإسلامية.

وقد تم توزيع (100) إستبانة مبينة، مع معدل استجابة (60%) وصممت البيانات من زبائن شركات من ستة بنوك تجارية في الباكستان، وأشارت النتائج إلى أن منتجات وخدمات العمل المصرفي الإسلامي لها المكانة الجيدة ضمن قطاع الشركات الباكستاني.

ومن الدراسات التي ركزت على عنصر الرضا الذي يتعلق بالسلوك والإدراك دراسة:

(Khattak and Rehman, 2010) بعنوان: " **Customer Satisfaction and Awareness of Islamic Banking System in Pakistan"**، هدفت الدراسة إلى التعرف على رضا الزبون والوعي للنظام المصرفي الإسلامي في باكستان، كما تحرت الدراسة العلاقة بين وجود فروع مصرفية مختلفة ورضا ووعي الزبائن، من خلال توزيع استبامة على 156 عميلا من مختلف المدن الباكستانية.

وقد توصلت الدراسة إلى ما يلي:

1. عبر الزبائن عن رضاهم عن بعض الخدمات المقدمة لهم كما عبروا عن عدم الرضا عن خدمات مصرفية أخرى.
2. بين الزبائن أن عندهم وعياً لبعض الخدمات التي تقدمها تلك البنوك ولكنهم لا يتبنون هذه الخدمات دون بيان أي سبب لذلك.

ومن الدراسات المميزة ذات الصلة أيضاً حيث تناولت أكثر من محدد كالبعد الديني وجودة الخدمة والعامل الإجتماعي كعوامل هامة في التعامل مع البنوك الإسلامية دراسة (**Haque** *et al*, 2009) بعنوان: **"Factor Influences Selection of Islamic Banking. A Study on Malaysian Customer Preferences"**، هدفت الدراسة لبحث العوامل الدينية التي تعكس إدراك العملاء ورضاهم عن البنوك الإسلامية، وبشكل محدد، إدراك العملاء للبنوك الإسلامية وجودة خدماتها، والثقة في البنك، والبعد الديني والإجتماعي لنظام البنك الإسلامي، وقد بلغ عدد أفراد العينة 575 فرداً، وتم جمع البيانات بواسطة الإستبانة، وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ايجابية معنوية لجودة الخدمات وتوافرها والأبعاد الدينية والإجتماعية والثقة في البنك مع ادراك العملاء للبنوك الإسلامية، وتوافر الخدمات.

ومن الدراسات الأخرى التي ركزت على جانب جودة الخدمة كعامل هام في توجه الأفراد للتعامل مع البنوك الإسلامية دراسة (**Rashid and Hassan**, 2009) بعنوان: **Customer Demographics Affecting Bank Selection Criteria, Preference, and Market Segmentation: Study on Dornestic Islamic Banks in Bangladesh"**، إذ تناولت متغيرات عدة ذات علاقة بجودة الخدمة وهي: فاعلية البنك وكفاءته، خدمات البنك الرئيسية، الثقة.ومع ذلك لم تتناول محددات أخرى كانت على درجة عالية من الأهمية كالعامل الديني والتفرع وغيرها. وقد هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب اختلاف الأفراد في اختيار البنوك الإسلامية في بنغلادش، من خلال توزيع إستبانة على 200 عميل.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدة منها:

1. أن العوامل التي تدفع المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية متعددة وهي: فاعلية البنك وكفاءته وخدمات البنك الرئيسة والثقة.

2. أن غالبية أفراد العينة يجدون أنه يجب الإهتمام أكثر بتقديم خدمات إلكترونية في تلك البنوك.

ومن الدراسات ذات الصلة والقليلة التي تناولت أسعار الخدمات كمحدد هام من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية، ولكنها تناولت الوعي المصرفي وجودة الخدمة كغيرها من الدراسات السابقة دراسة **(Dusuki and Abdullah, 2006)** بعنوان: " **Why Do Malaysian Customers Patronize Islamic Banks?**"، هدفت الدراسة لاختبار العوامل الرئيسة التي تحث العملاء للتعامل مع البنوك الإسلامية وبشكل خاص في بيئة مصرفية ثنائية كما هي الحالة في ماليزيا. تقدم الدراسة بيانات رئيسة صممت بواسطة استبانات وزعت على عينة مكونة من (750) مستجيبا من أربعة مناطق مختلفة في ماليزيا، وتم تحليل تصنيف معيار العمل المصرفي الإسلامي كما أدرك من المستجيبين باستخدام اختبار (فريدمان) كما تم توظيف تحليل عامل استكشافي من أجل اكتشاف المزيد من فهم المتعاملين لمعيار العمل المصرفي، وكشفت الدراسة أن الإختيار للبنوك الإسلامية هو بشكل رئيس تركيبة من سمعة إسلامية ومالية وجودة الخدمة، ومن ضمن العوامل الأخرى التي أدركت على أنها مهمة، وممارسات المجتمع، والراحة، وسعر الخدمة.

وبالطريقة نفسها أجريت دراسة أخرى تناولت محددات التعامل وحققت إلى حد ما بعض المطلوب، إذ تناولت عدداً من المحددات دون الإشارة لجميعها بالرغم من أن بقية الأبعاد تعد مهمة وذات صلة وثيقة بموضوع الدراسة، حيث تناولت البعد الديني وجودة الخدمة وهذه الدراسة هي دراسة **(سلامة، 2002)** بعنوان: "**دوافع التعامل مع البنوك التجارية والإسلامية عام 2002، دراسة مقارنة**"، وقد هدفت الدراسة إلى الوقوف على العوامل التي تدفع المتعاملين في الأردن

للتعامل مع البنوك التجارية أو الإسلامية، أو عدم التعامل، وكان من أبرز نتائج الدراسة أن المتعاملين مع البنوك التجارية والإسلامية لم يبدوا اهتماماً لقيمة الفائدة أو الربح، وأن الدافع الرئيس وراء تعاملاتهم هو الدافع الديني الذي ينظر إلى الربا أنه محرم، أما دوافع التعامل معها فيرجع إلى جودة الخدمة المقدمة، كما يعتقد المتعاملون مع البنوك التجارية أنه لا مانع من التعامل مع البنوك الإسلامية في حال تقديمها خدمات مميزة كالبنوك التجارية.

ومن الدراسات التي تم الإعتماد عليها مع زيادة عدد محددات التعامل مع البنوك الإسلامية دراسة **(الحموري والخطيب، 1990)** بعنوان: "**المحددات السلوكية وتقييم سياسات البنوك الإسلامية في الأردن**" في ظل وجود بنك إسلامي واحد، واستعرض الباحثان من خلالها دوافع التعامل مع البنوك الإسلامية، وكذلك تقييم السياسات المالية لهذه المؤسسات بغية تقديم بعض المقترحات التي قد تسهم في رفع الكفاءة التسويقية لهذه المؤسسات وتحسن من أدائها. قام الباحثان بإعداد 700 استمارة غطت معظم مناطق المملكة وبعد تفريغها وتحليلها أظهرت الدراسة مدى أهمية العوامل الدينية كمحددات سلوكية للمتعاملين مع المؤسسات المالية الإسلامية. كما تم تقييم السياسات المالية، إذ نصح الباحثان على أثره بإعادة النظر فيها وتصويبها، وركزت على أهمية جودة الخدمة كعامل مهم لإقبال المتعاملين على التعامل مع البنوك الإسلامية.

ومن الدراسات الأخرى ذات الأهمية والتي تناولت أكثر من محدد كالدافع الديني، وتأثير العائلة والأصدقاء، وكذلك جودة الخدمة، والتفرع، كما ركزت على موضوع الدوافع في اختيار البنك دراسة **(Erol, and El-Bdour,1989)** بعنوان: **"Attitudes, Behavior and Patronage Factors of Bank Customers Towards Islamic Banks"**، ناقشت الدراسة مواقف العملاء تجاه البنوك الإسلامية ومدى إدراك المتعاملين للبنوك الإسلامية والعوامل المهمة في اختيار البنوك التقليدية والإسلامية، حيث خلصت الدراسة إلى اعتبار الدوافع من

العوامل الهامة في اختيار البنوك الإسلامية، وأن الدوافع الدينية ليست هي الدوافع الرئيسة الوحيدة لاختيار البنك، ولم تجد الدراسة دليلاً على أهمية الفروع الجديدة ودورها في زيادة الاستخدام لخدمات قدمت من البنوك الإسلامية، بينما وجدت أن تأثير الجماعات يلعب الدور المهم في اختيار البنوك الإسلامية ، وأنه توجد الدرجة العالية من الوعي من طرف زبائن البنك للفائدة من المشاركة في الربح والخسارة من الإستثمار، كما بينت الدور الهام للتطور الإقتصادي الإجتماعي في تطوير النظام المصرفي الإسلامي.

3-3 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة العديد من الموضوعات المباشرة ذات الصلة بموضوع الدراسة حيث تناولت محدداً أو أكثر من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية، مثل البعد الديني، وجودة الخدمة كدراسة (الحموري والخطيب، 1990)، ودراسة (سلامة، 2002)، وثانية تناولت الأهل والأصدقاء كدراسة (Echabi and Abd. Aziz,2012)، كما تناولت دراسات عدة محددات التعامل مع البنوك الاسلامية كدراسة (Erol and El Bdour, 1989)، أما الدراسة الحالية فتناولت المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الاسلامية من وجهة نظر المتعاملين في الأردن والجزائر. كما أن الدراسات السابقة اختلفت في طريقة اختيار العينة وتحديد حجمها والأدوات التي استخدمتها.

أما الدراسة الحالية فهي مكملة لجهود الباحثين السابقين والذين كانت لهم بصمة واضحة في تناول عدد من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية، ومع ذلك فإن هذه الدراسة تعد من الدراسات القليلة في حدود علم الباحثة والتي تناولت المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر، بشكل مقارن، كما

تميزت في تناول ستة أبعاد وهي الدافع الديني وجودة الخدمة وأسعار الخدمات والتفرع وتأثير العائلة والأصدقاء والحوكمة، وهي المحددات التي تناولتها الدراسات السابقة بشكل أو بآخر مما يشكل إضافة علمية جديدة للمكتبة العربية.

كما استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في كتابة الإطار النظري وبناء إستبانة الدراسة.

3-4 ملخص الدراسات السابقة:

جدول رقم (3-1)

ملخص الدراسات السابقة

الرقم	الباحث والسنة	بلد الدراسة	عنوان الدراسة	أهداف الدراسة	مجتمع وأداة الدراسة	أهم النتائج
1	بشير 2013	الكويت	محددات اختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين الأفراد مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت: دراسة ميدانية.	التعرف على محددات إختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين.	تكون مجتمع الدراسة من جميع البنوك الإسلامية في الكويت واشتملت عينة الدراسة على120 فرداً من المتعاملين مع البنوك الإسلامية، مستخدماً الإستبانة كأداة لجمع بيانات الدراسة.	توجد علاقة للدافع الديني في اختيار العملاء للبنوك الإسلامية. توجد علاقة للعوامل غير الدينية، والتفرع وتأثير الأصدقاء والعائلة، وعدم وجود علاقة لجودة الخدمة وأسعار الخدمة

الرقم	الباحث والسنة	بلد الدراسة	عنوان الدراسة	أهداف الدراسة	مجتمع وأداة الدراسة	أهم النتائج
2	زنكري ورحيم 2013	دول المغرب العربي (الجزائر، تونس، المغرب، ليبيا، موريتانيا)	الصناعة المصرفية الإسلامية في دول المغرب العربي الواقع والتحديات وسبل التطوير	الكشف عن واقع البنوك الإسلامية في الدول المغاربية والتحديات التي تقف أمام تطورها إذ أن هذه الصناعة متخلفة في هذه الدول مقارنة بما عرفته من نمو في العديد من الدول الإسلامية، ومن ثم تقديم بعض المقترحات في سبيل تطويرها وترقية أنشطتها خاصة في ظل المستجدات الأخيرة التي اقتضتها التحولات السياسية في تلك الدول.	استعرض الباحثان موضوع الدراسة من خلال السرد التاريخي لواقع عمل الصناعة المصرفية في دول المغرب العربي.	يواجه عمل البنوك الإسلامية في الدول المغاربية تحديات عديدة نذكر منها: طبيعة القوانين المصرفية القائمة على أساس أنظمة عمل البنوك التقليدية وندرة الكفاءات البشرية المؤهلة.
3	Ramdhony, 2013	موريتانيا	Islamic Banking Awareness Attitudes and Bank selection Criteria,	تبحث هذه الدراسة فيما إذا كان الموريتانيون يفضلون العمل المصرفي الإسلامي، ومعيار اختيارهم للبنك، من خلال إجراء المقارنة بين مجموعتين، من المسلمين وغير المسلمين.	تم استطلاع (300) شخص على أساس عشوائي باستخدام إستبانة معيارية صممت بناءً على الأدب السابق.	أن الوعي منخفض عند المسلمين وغير المسلمين، إلا أن وعي المسلمين أفضل بمنهجية العمل المصرفي الإسلامي. أن العامل الديني والعوائد المصرفية تحث الأفراد على التعامل مع البنك الإسلامي.

الرقم	الباحث والسنة	بلد الدراسة	عنوان الدراسة	أهداف الدراسة	مجتمع وأداة الدراسة	أهم النتائج
4	(Loo,2013)	ماليزيا	Attitudes and Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims and non-Muslims in Malaysia: Implications for Marketing to Baby Boomers X-Generation	تكشف هذه الدراسة الإختلاف في الإتجاهات والمفاهيم نحو العمل المصرفي الإسلامي بين المسلمين وغير المسلمين	تم إجراء مقابلات مع (200) ماليزي، 100 مسلم، و 100 غير مسلم	أظهرت النتائج أن المسلمين داعمين للعمل المصرفي الإسلامي، بينما يرى غير المسلمين أن العمل المصرفي الإسلامي مناسب بشكل رئيس للمسلمين فقط.
5	Imtiaz, et. al, 2013	باكستان	Facrtors affecting the individual's behavior towards Islamic Banking in Pakistan an Empirical study	التعرف على العوامل التي تؤثر على سلوك الأفراد في التعامل مع البنوك الإسلامية في باكستان.	تم توزيع الإستبانة على 100 عميل من أربعة بنوك في باكستان.	أن الدافع الديني هو عامل رئيسي في اختيار الخدمات المصرفية الإسلامية. أن الذكور والإناث وكبار السن يفضلون التعامل مع البنوك الإسلامية.

الرقم	الباحث والسنة	بلد الدراسة	عنوان الدراسة	أهداف الدراسة	مجتمع وأداة الدراسة	أهم النتائج
6	(Echchabi and Abd. Aziz, 2012	المغرب	Empirical Investigation of customrs perception and adoption towards Islamic Banking services in Morocco	اختبار رغبة المتعاملين في تبني الخدمات المصرفية الإسلامية والعوامل التي تؤثر على القرارات المتخذة في المغرب.	تكون مجتمع الدراسة من المتعاملين مع البنوك الإسلامية في المغرب وتم توزيع إستبانة على 200 عميل من المتعاملين مع البنوك الإسلامية، وتم جمع (146) إستبانة منهم خضعت للتحليل.	أهمية الوعي المصرفي لخدمات المصرف الإسلامي. وجود أثر للعائلة والأصدقاء لتوجه المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية.
7	Selamat, and Abdul-Kadir, 2012	ماليزيا	Attitude and Patronage factors of bank customers in Malaysia: Muslim and non-Muslim Views	التعرف على العوامل المؤثرة في اختيار العملاء للبنوك في ماليزيا ولكن مع أخذ عامل الديانة بعين الإعتبار.	تكون مجتمع الدراسة من المتعاملين مع البنوك الإسلامية في ماليزيا إذ تم توزيع 200 إستبانة على المتعاملين.	لم يكن الدافع الديني العامل الوحيد في اختيار التعامل مع البنك. الخدمة السريعة، وسرية البنك وسمعته، عوامل مؤثرة في اختيار البنك.
8	Abdullah et al, 2012	ماليزيا	Perception of non-Muslims customers towands Islamic Banks in Malaysia	هدفت الدراسة لإختبار إدراك الزبائن غير المسلمين للخدمات المصرفية الإسلامية في ماليزيا	تكون مجتمع الدراسة من 152 مستجيباً في ماليزيا وزعت عليهم الإستبانة كأداة لجمع البيانات.	عدم وجود رابط بين الديانة والتعليم وإدراك المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية. أن المستجيبين يؤكدون على أن العمل المصرفي الإسلامي سيكون هو المسيطر في المستقبل القريب في ماليزيا.

الرقم	الباحث والسنة	بلد الدراسة	عنوان الدراسة	أهداف الدراسة	مجتمع وأداة الدراسة	أهم النتائج
9	Ul–Haq, 2011	باكستان	Perceptions of Corporate Customers Towards Islamic Banking Products and Services in Pakistan	كان الهدف الرئيس لهذه الدراسة هو اختبار المفاهيم لزبائن الشركة نحو منتجات وخدمات العمل المصرفي الإسلامي في الباكستان.	تم توزيع (100) إستبانة مبينة، مع معدل استجابة (60%) وصممت البيانات من زبائن شركات من ستة بنوك تجارية في الباكستان.	أشارت النتائج إلى أن منتجات وخدمات العمل المصرفي الإسلامي لها المكانة الجيدة ضمن قطاع الشركات الباكستاني.
10	Haque *et al*, 2009	ماليزيا	Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences	هدفت الدراسة لبحث العوامل الدينية التي تعكس إدراك العملاء ورضاهم عن البنوك الإسلامية وبشكل محدد إدراك العملاء للبنوك الإسلامية وجودة خدماتها، والثقة في البنك والبعد الديني والإجتماعي لنظام البنك الإسلامي	بلغ عدد أفراد العينة 575 فرداً، وتم جمع البيانات بواسطة الإستبانة.	أهمية جودة الخدمات وتوافرها والأبعاد الدينية والإجتماعية والثقة في البنك مع ادراك العملاء للبنوك الإسلامية. وتوافر الخدمات.
11	Khattak and Rehman, 2010	الباكستان	Customer satisfaction and awareness of Islamic Banking system in Pakistan	التعرف على رضا الزبون والوعي للنظام المصرفي الإسلامي في باكستان، كما تحرت الدراسة العلاقة بين وجود فروع مصرفية مختلفة ورضا ووعي الزبائن.	تكون مجتمع الدراسة من 156 عميلا من مختلف المدن الباكستانية وتم جمع البيانات من خلال إستبانة وزعت عليهم.	رضا الزبائن عن خدمات و عدم رضاهم عن خدمات أخرى. وعي الزبائن لبعض الخدمات المقدمة و عدم تبنيها دون ابداء سبب لذلك.

الرقم	الباحث والسنة	بلد الدراسة	عنوان الدراسة	أهداف الدراسة	مجتمع وأداة الدراسة	أهم النتائج
12	Rashid and Hassan 2009	بنغلادش	Customer Demographics Affecting bank selection criteria, Preference, and market segmentation: study on dornestic Islamic banks in Bangladesh	معرفة أسباب اختلاف الأفراد في اختيار البنوك الإسلامية في بنغلادش.	طبقت الدراسة على المتعامليين مع البنوك الإسلامية في بنغلادش واشتملت عينة الدراسة على 200 عميل من خلال توزيع إستبانة عليهم لجمع البيانات.	فاعلية البنك وكفاءته، خدمات البنك الرئيسية، والثقة عوامل مهمة لجذب المتعاملين. ضرورة الاهتمام أكثر بتقديم خدمات إلكترونية في تلك البنوك.
13	Dusuki and Abdullah, 2006	ماليزيا	Why Do Malaysian Customers Patronize Islamic Banks?	هدفت الدراسة لاختبار العوامل الرئيسة التي تحث العملاء للتعامل مع البنوك الإسلامية وبشكل خاص في بيئة مصرفية ثنائية كما هي الحالة في ماليزيا.	تم التطبيق على عينة مكونة من (750) مستجيبا من أربع مناطق مختلفة في ماليزيا، وتم تحليل تصنيف معيار العمل المصرفي الإسلامي كما أدرك من المستجيبين باستخدام اختبار (فريدمان) كذلك توظيف تحليل عامل استكشافي من أجل اكتشاف المزيد من فهم المتعاملين لمعيار العمل المصرفي.	أهمية سمعة البنك وجودة الخدمة، وسعر الخدمة.

الرقم	الباحث والسنة	بلد الدراسة	عنوان الدراسة	أهداف الدراسة	مجتمع وأداة الدراسة	أهم النتائج
14	سلامة (2002)	الأردن	دوافع التعامل مع البنوك التجارية والإسلامية، دراسة مقارنة".	الوقوف على العوامل التي تدفع المتعاملين في الأردن للتعامل مع البنوك التجارية أو الإسلامية، أو عدم التعامل.	تكون مجتمع الدراسة من المتعاملين مع البنوك الإسلامية والتجارية في الأردن وتم جمع البيانات بواسطة الإستبانة.	أن المتعاملين مع البنوك التجارية والإسلامية لم يبدوا اهتماماً لقيمة الفائدة وأن الدافع وراء تعاملاتهم هو الدافع الديني أما دوافع التعامل معها فيرجع إلى جودة الخدمة المقدمة.
15	الحموري والخطيب 1990	الأردن	المحددات السلوكية وتقييم سياسات البنوك الإسلامية في الأردن	دوافع التعامل مع البنوك الإسلامية، وكذلك تقييم السياسات المالية لهذه المؤسسات بغية تقديم بعض المقترحات التي قد تسهم في رفع الكفاءة التسويقية لهذه المؤسسات وتحسن من أدائها.	تكون مجتمع الدراسة من المتعاملين مع البنك الإسلامي الأردني من خلال إعداد إستبانة مؤلفة من 700 مفردة مستخدماً المقياس الخماسي لتوضيح مدلول الأرقام.	ركزت الدراسة على أهمية جودة الخدمة كعامل أساسي لإقبال المتعاملين على التعامل مع البنوك الإسلامية.
16	Erol, and El–Bdour,1989	الأردن	Attitudes, Behavior and Patronage Factors of Bank customers Towards Islamic Banks	ناقشت الدراسة مواقف العملاء نحو البنوك الإسلامية ومدى إدراك المتعاملين للبنوك الإسلامية والأهمية لعوامل مؤثرة في اختيار البنوك التقليدية والإسلامية.	الدراسة وصفية	الدوافع الدينية ليست الدوافع الرئيسة الوحيدة لاختيار البنك، ولم تجد الدليل على أهمية دور الفروع الجديدة في زيادة الاستخدام لخدمات قدمت من البنوك الإسلامية، ووجدت أيضا أن تأثير الجماعات يلعب الدور المهم في اختيار البنوك الإسلامية.

المصدر: قامت الباحثة بإعداد الجدول ليلخص جهود الباحثين السابقين وإعطاء الباحثة فسحة كي تربط نتائج الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية.

3-5 خاتمة الفصل

تناول الفصل الثالث أهم الدراسات التي تطرقت لموضوع المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في الأردن والجزائر، وبينت النتائج أن هناك عدة عوامل تعد كمحددات سلوكية وتشكل دافعاً للتعامل مع البنوك الإسلامية كالدافع الديني وجودة الخدمة وتأثير العائلة والأصدقاء وغيرها وهو ما سيتم التعرف عليه من خلال توزيع الإستبانة على أفراد عينة الدراسة في ضوء منهجية سيرد تفصيلها في الفصل التالي.

الفصل الرابع

منهجية الدراسة

4-1 مقدمة

4-2 فرضيات الدراسة

4-3 أسلوب الدراسة

4-4 مجتمع وعينة الدراسة

4-4-1 مجمتع الدراسة

4-4-2 عينة الدراسة

4-5 أداة الدراسة

4-6 متغيرات الدراسة

4-7 الأساليب الإحصائية المستخدمة

4-8 اختبار الصدق الظاهري للإستبانة

4-9 خصائص عينة الدراسة

4-9-1 وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الأردن

4-9-2 وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الجزائر

4-10 خاتمة الفصل

الفصل الرابع

فرضيات ومنهجية الدراسة

4-1 مقدمة

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر (دراسة مقارنة).

وتمثلت مشكلة الدراسة في بحث المحددات السلوكية للمتعاملين مع البنوك الإسلامية وللتعامل مع مشكلة الدراسة والإجابة عن أسئلتها واختبار فرضياتها تم اعتماد البنك الأردني الإسلامي والبنك العربي الإسلامي وبنك دبي الإسلامي وبنك الراجحي الإسلامي وكذلك بنك البركة الجزائري، وبنك السلام الجزائري، وبعد توزيع أداة الدراسة تم تحليل بيانات الدراسة وصولاً إلى أهم النتائج التي تم مناقشتها ومن ثم وإبراز التوصيات.

ويستعرض هذا الفصل جملة من الإجراءات التي من خلالها تم تحليل نتائج الدراسة وفي هذا الإطار تستعرض الباحثة فيما يلي فرضيات الدراسة، وأسلوب الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، وكيفية جمع البيانات وطريقة معالجتها.

4-2 فرضيات الدراسة

بقصد الإجابة على أسئلة الدراسة المطروحة في مشكلتها، فقد تم صياغة الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسة الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين.

وتنبثق من هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية التالية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى للدافع الديني .
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لجودة الخدمة .
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لأسعار الخدمة.
4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى للتفرع.
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لوسائل الإعلام وأفراد المجتمع .
6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى للحوكمة .

الفرضية الرئيسة الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

وينبثق عنها الفرضيات التالية:

1. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير الجنس.
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير المنطقة.

3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير المهنة.

4. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير العمر.

5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير المؤهل العلمي .

6. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير الدخل الشهري.

الفرضية الرئيسة الثالثة: لا توجد علاقة بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية.

3-4 أسلوب الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم وصف مجتمع الدراسة وهو من المتعاملين مع البنوك الإسلامية في كل من الأردن والجزائر، وتم استخدام مصدرين لجمع البيانات:

أولا: المصادر الأولية

اعتمدت الباحثة على جمع المصادر الأولية من خلال إستبانة وزعت على المتعاملين مع البنوك الإسلامية في كل من المملكة الأردنية الهاشمية ودولة الجزائر.

ثانيا: المصادر الثانوية:

تم الحصول على المعلومات من المصادر الثانوية بالإستعانة بالدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذلك الإعتماد على بيانات البنك المركزي الأردني والبنوك الإسلامية الأردنية وبيانات البنك المركزي الجزائري والبنوك الإسلامية في الجزائر.

4-4 مجتمع وعينة الدراسة

4-4-1 مجتمع الدراسة

اشتمل مجتمع الدراسة على جميع المتعاملين مع البنوك الإسلامية في الأردن وهي البنك الإسلامي الأردني والبنك العربي الإسلامي وبنك الراجحي وبنك دبي الإسلامي. وبنك البركة الجزائري وبنك السلام الجزائري في العام (2013) والجدول (4-1) يبين البنوك التي تمثل مجتمع الدراسة.

الجدول (4-1)

توزيع مجتمع الدراسة

البنك الإسلامي	الدولة	سنة التأسيس
البنك الأردني الإسلامي	الأردن	1978
البنك العربي الإسلامي	الأردن	1997
بنك دبي الإسلامي	الأردن	2010
بنك الراجحي الإسلامي	الأردن	2011
بنك البركة الإسلامي	الجزائر	1991
بنك السلام الإسلامي	الجزائر	2006

المصدر: موقع البنك المركزي الأردني وموقع البنك المركزي الجزائري

4-4-2 عينة الدراسة

قامت الباحثة بإختيار عينة عشوائية ممثلة لمجتمع الدراسة من البنك الإسلامي الأردني والبنك العربي الإسلامي وبنك دبي الإسلامي وبنك الراجحي الإسلامي في الأردن بواقع (650) متعاملاً تم اختيارهم من مختلف المدن الأردنية (عمان، الزرقاء، اربد) بدون تحديد لنسبة معينة من تلك المدن، إذ أن عملية الإختيار كانت صعبة للغاية في ظل تشدد البنوك الإسلامية الأردنية، ولتحقيق التكافؤ في العينة قامت الباحثة بإختيار عينة مكافئة للعينة في الأردن من بنك البركة الجزائري، وبنك السلام الجزائري وذلك لإيجاد التكرارات والنسب المئوية بطريقة متساوية وبطريقة عشوائية ليبلغ عدد أفراد عينة الدراسة في الجزائر (650) متعاملاً مع البنوك الإسلامية في (العاصمة، قسنطينة، وهران) كون الدراسة مقارنة بين قطاع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر.

4-5 أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على إستبانة وزعت على المتعاملين مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر، حيث قامت الباحثة بتطوير الإستبانة من خلال الإستناد على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة مثل دراسة (بشير، 2013) ودراسة (Abdullah *et al,* 2012) مع بعض الإضافات من قبل الباحثة بما يتلاءم مع أهداف وعينة الدراسة حيث تم تقسيم الإستبانة إلى الأجزاء التالية: انظر الملحق (1) و(2).

- **الجزء الأول:** ويتناول متغيرات الدراسة وهي: الجنس والعمر والمؤهل والعلمي والدخل والشهري والمنطقة والمهنة.
- **الجزء الثاني:** ويتناول فقرات الإستبانة ضمن الأبعاد التالية:

1. **الدافع الديني:** يتكون من (11) فقرة حيث أعطيت لكل فقرة خمس درجات وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي من (1 – 5) على التوالي حسب مدى موافقة المستجيب عن كل فقرة حيث يعني الرقم (1) مهم جداً، (2) مهم، (3) محايد، (4) غير مهم، (5) غير مهم أبداً.
2. **جودة الخدمة البنكية:** تتكون من (14) فقرة وأعطيت لكل فقرة خمس درجات، وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي من (1 – 5) على التوالي حسب مدى موافقة المستجيب عن كل فقرة حيث يعني الرقم (1) موافق بشدة، (2) موافق، (3) لا أدري، (4) غير موافق، (5) غير موافق بشدة.
3. **أسعار الخدمة:** تتكون من (6) فقرات وأعطيت لكل فقرة خمس درجات، وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي من (1 – 5) على التوالي حسب مدى موافقة المستجيب عن كل فقرة حيث يعني الرقم (1) دائماً، (2) غالباً، (3) محايد، (4) أحياناً، (5) أبداً.
4. **التفرع:** يتكون من (6) فقرات وأعطيت لكل فقرة خمس درجات، وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي من (1 – 5) على التوالي حسب مدى موافقة المستجيب عن كل فقرة حيث يعني الرقم (1) مهم جداً، (2) مهم، (3) محايد، (4) غير مهم، (5) غير مهم إطلاقاً.
5. **تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في إختيار البنوك الإسلامية:** تتكون من (8) فقرات وأعطيت لكل فقرة خمس درجات، وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي من (1 – 5) على التوالي حسب مدى موافقة المستجيب عن كل فقرة حيث يعني الرقم (1) موافق بشدة، (2) موافق، (3) محايد، (4) غير موافق، (5) غير موافق بشدة.
6. **حوكمة البنوك الإسلامية:** تتكون من (10) فقرات وأعطيت لكل فقرة خمس درجات، وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي من (1 – 5) على التوالي حسب مدى موافقة المستجيب عن كل

فقرة حيث يعني الرقم (1) مهم جداً، (2) مهم، (3) محايد، (4) غير مهم، (5) غير مهم إطلاقاً.

4-6 متغيرات الدراسة

تم اعتماد متغير واحد للدراسة وهو المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية، وفي هذا الإطار تم اختيار ستة أبعاد كمحددات سلوكية، وهي الدافع الديني ويقصد به السبب الديني الذي يدفع المتعاملين للتعامل مع البنوك الإسلامية، وجودة الخدمة البنكية، ويقصد بها ما تتميز به خدمات البنك الإسلامي من ميزات تلبي احتياجات العملاء، وأسعار الخدمة ويقصد بها ما تتصف به خدمات البنك الإسلامي من أسعار مناسبة والتي تتوزع في مناطق عدة، والتفرع ويقصد به عدد فروع البنك الإسلامي، وتأثير وسائل الاعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية ويقصد بها مدى مقدرتها في دفع الأفراد للتعامل مع البنوك الإسلامية، والحوكمة ويقصد بها الرقابة الشرعية التي تمارس على البنوك الإسلامية.

4-7 الأساليب الإحصائية المستخدمة

لغايات إجراء التحليل الإحصائي استخدمت الباحثة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

وقد استخدمت الباحثة الأساليب الإحصائية التالية:

1. **إختبار المصداقية كرونباخ الفا (Cronbach's alpha)**: تم استخدام هذا الإختبار للكشف عن مدى صدق أفراد العينة على أداة الدراسة، إذ يتم هنا قياس مدى الثبات الداخلي ودرجة الإعتمادية لأداة الدراسة.

2. **التحليل الإحصائي الوصفي (Descriptive Statistic)**: استخدمت الباحثة عدداً من الأساليب الإحصائية المتعلقة بمقاييس النزعة المركزية ومقاييس التشتت وهي:

أ. **المتوسطات الحسابية (Arithmetic Mean) والإنحرافات المعيارية (Standards Deviations)**: إذ تم استخدام المتوسطات الحسابية لإستخراج إجابات أفراد العينية على أداة الدراسة لإختبار فرضيات الدراسة، وقد تم الإعتماد على متوسط إفتراضي، وهو درجة (3) من مقياس (ليكارت الخماسي) والتي تعادل ما نسبته (0.60) وتستخدم المتوسطات الحسابية من أجل قبول أو رفض فرضيات الدراسة، أما الإنحراف المعياري فتم إستخدامه للكشف عن تشتت إجابات أفراد العينة حول المتوسطات الحسابية، وبشكل عام كلما قل الإنحراف المعياري كانت الإجابة أفضل.

ب. **التكرارات والنسب المئوية (Frequancies and Percentages)**: تم استخدام التكرارات والنسب المئوية للتعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة.

ج. **تحليل الإنحدار البسيط لإيجاد دلالة "ت" (T–test)**: تم إستخدام هذا الإختبار لفحص دلالة كل بعد من أبعاد الإستبانة كعينة مستقلة.

د. **تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)**: تم استخدام تحليل التباين الأحادي لإيجاد دلالة الفروق بين المتغيرات، وفحص تباين المجتمع للكشف عن متساوي متوسطات المجتمع.

هـ. **إختبار شيفيه (Scheffe' Test)**: تم استخدام إختبار شيفيه لأجراء المقارنات البعدية عند ظهور فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد عينة الدراسة.

و. **معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)**: تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لإيجاد العلاقة بين المحددات السلوكية ورضا المتعاملين، ولقياس قوة وإتجاه العلاقة الخطية بين متغيرين كميين.

4-8 اختبار الصدق الظاهري للإستبانة

1. تم التحقق من مصداقية الإستبانة بإستخدام معامل (كرونباخ ألفا) للتحقق من ثبات أداة الدراسة، وتم حساب ثبات الإتساق الداخلي والجدول رقم (4-2) يبين ذلك.

جدول (4-2)

معاملات ثبات متغيرات الدراسة

المحددات	معامل الثبات
الدافع الديني	0.80
جودة الخدمة البنكية	0.87
أسعار الخدمة	0.88
التفرع	0.82
تأثير الإعلام	0.85
حوكمة البنوك	0.89
الكلي	0.92

للتحقق من ثبات الأداة، تم حساب الإتساق الداخلي لمحددات التعامل مع البنوك الإسلامية كما هو مبين في الجدول (4-2) حيث بلغ معامل الثبات للمقياس (0.92). ويشير ذلك إلى أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الإتساق الداخلي مما يجعله مناسباً لتحقيق أغراض الدراسة.

4-9 خصائص عينة الدراسة

4-9-1 وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الأردن

من اجل وصف متغيرات الدراسة الديمغرافية تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هي مبينه في الجداول التالية:

1. الجنس:

جدول (4-3)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس في الأردن

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	506	77.8
إناث	144	22.2
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس إختلف من فئة إلى أخرى، حيث كان ما نسبته (77.8%) من الذكور، و(22.2%) من الإناث، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الذكور هم اكثر تعاملاً مع البنوك بسبب طبيعة الأعمال والمهن التي يقومون بها والتي لا تمارسها الإناث.

2. المنطقة:

جدول (4-4)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المنطقة في الأردن

مكان السكن	التكرار	النسبة المئوية
العاصمة	446	68.6
الزرقاء	139	21.4
اربد	65	10.0
اخرى	-	-
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن مناطق السكن للمتعاملين مختلفة حسب الفئات، حيث كان ما نسبته (68.6) من العاصمة، وما نسبته (21.4) من الزرقاء، وما نسبته (10.0) من اربد، وتعزو

الباحثة إرتفاع النسبة في العاصمة كونها تضم العديد من القطاعات الإقتصادية الهامة بخلاف المناطق السكنية الأخرى.

3. المهنة:

جدول (4-5)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة في الأردن

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
موظف قطاع خاص	76	11.7
موظف قطاع عام	196	30.2
أعمال حرة	227	34.9
اخرى (مغترب)	151	23.2
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن الأفراد كانوا مختلفين في فئات المهن، حيث شكل موظفوا القطاع الخاص ما نسبته (11.7%)، وشكل موظفوا القطاع العام ما نسبته (30.2%)، وما نسبته (34.9%) من فئة أعمال حرة، وما نسبته (23.2%) أخرى، وتعزو الباحثة تقارب النسب إلى أن المجتمع يضم مهناً متنوعة لذلك كان المتعاملون هم من الفئات الممثلة في الجدول السابق.

4. العمر:

جدول (4-6)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر في الأردن

العمر	التكرار	النسبة المئوية
19-30	110	16.9
31-50	203	31.2
51-60	142	21.8
اكثر من 60 سنة	195	30.0
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن الفئات العمرية كانت متباينة، حيث شكلت الفئة (19-30) سنة ما نسبته (16.9%)، وفئة (31-50) ما نسبته (31.2%)، وفئة (51-60) ما نسبته (21.8%)، وفئة (60- فما فوق) ما نسبته (30.0%)، وتعزو الباحثة هذه النسبة إلى أن المتعاملين مع البنوك الإسلامية لا بد أن يكونوا من فئات عمرية مختلفة.

5. المؤهل العلمي:

جدول (4-7)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي في الأردن

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي أو أقل من ثانوي	411	63.2
دبلوم	117	18.0
بكالوريوس	87	13.4
ماجستير أو دكتوراه	35	5.4
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق وجود إختلاف في مؤهلات عينة الدراسة، إذ شكلت فئة ثانوي أو أقل من ثانوي ما نسبته (63.2%)، وفئة دبلوم ما نسبته (18.0%)، وفئة بكالوريوس ما نسبته (13.4%)، وفئة ماجستير أو دكتوراه ما نسبته (5.4%)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن من الطبيعي أن تختلف المؤهلات العلمية للمتعاملين حسب طبيعة المهن التي يعملون فيها.

6. الدخل الشهري:

جدول (4-8)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل الشهري في الأردن

الدخل الشهري	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 300 دينار	310	47.7
301 – 800 دينار	88	13.5
801 – 2000 دينار	242	37.2
2001 دينار – فأكثر	10	1.5
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن الدخولات الشهرية للأفراد قد تباينت، إذ شكل الدخل الشهري (أقل من 300 دينار) ما نسبته (47.7%)، والدخل (301 – 800 دينار) شكل ما نسبته (13.5%)، أما (801 – 2000 دينار) فشكل ما نسبته (37.2%)، في حين شكل الدخل (2001 دينار – فأكثر) ما نسبته (1.5%)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن هذه الدخولات تنسجم مع هيكلة الرواتب والوضع الإقصادي في الأردن.

4-9-2 وصف الخصائص الديمغرافية لعينة الجزائر

من اجل وصف متغيرات الدراسة الديمغرافية تم حساب التكرارات والنسب المئوية كما هي مبينة في الجداول التالية

1. الجنس:

جدول (4-9)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس في الجزائر

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	370	56.9
إناث	280	43.1
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس إختلف من فئة إلى أخرى، حيث كان ما نسبته (56.9%) من الذكور، و (43.1%) من الإناث، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الذكور هم اكثر تعاملاً مع البنوك بسبب طبيعة الأعمال والمهن التي يقومون بها والتي لا تمارسها الإناث.

2. المنطقة

جدول (4-10)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المنطقة في الجزائر

مكان السكن	التكرار	النسبة المئوية
الجزائر العاصمة	497	76.5
وهران	127	19.5
قسنطينة	26	4.0
أخرى	–	–
المجموع	650	100

يتبين من الجدول السابق أن مناطق السكن للمتعاملين مختلفة حسب الفئات، حيث كان ما نسبته (76.5%) من الجزائر العاصمة، وما نسبته (19.5%) من وهران، وما نسبته (4.0%) من قسنطينة، وتعزو الباحثة إرتفاع النسبة في الجزائر العاصمة كونها تضم العديد من القطاعات الإقتصادية الهامة بخلاف المناطق السكنية الأخرى.

3. المهنة:

جدول (4-11)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة في الجزائر

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
موظف قطاع خاص	88	13.5
موظف قطاع عام	134	20.6
أعمال حرة	190	29.2
أخرى (مغترب)	238	36.6
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن الأفراد كانوا مختلفين في فئات المهن، حيث كان ما نسبته (13.5%) من موظفي القطاع الخاص، وما نسبته (20.6%) من موظفي القطاع العام، وما نسبته (29.2%) من فئة أعمال حرة، وما نسبته (36.6%) أخرى، وتعزو الباحثة تقارب النسب إلى أن المجتمع يضم مهناً متنوعة، لذلك كان المتعاملون هم من الفئات الممثلة في الجدول السابق.

4. العمر:

جدول (4-12)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر في الجزائر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
19-30	97	14.9
31-50	136	20.9
51-60	191	29.4
اكثر من 60 سنة	226	34.8
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن الفئات العمرية كانت متباينة، حيث شكلت الفئة (19-30) سنة ما نسبته (14.9%)، وفئة (31-50) ما نسبته (20.9%)، وفئة (51-60) ما نسبته (29.4%)، وفئة (60- فما فوق) ما نسبته (34.8%)، وتعزو الباحثة هذه النسبة إلى أن المتعاملين مع البنوك الإسلامية لا بد أن يكونوا من فئات عمرية مختلفة.

5. المؤهل العلمي:

جدول (4-13)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي في الجزائر

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي أو أقل من ثانوي	451	69.4
تقني سامي	117	18.0
ليسانس	54	8.3
ماجستير أو دكتوراه	28	4.3
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق وجود إختلاف في مؤهلات عينة الدراسة، إذ شكلت فئة ثانوي أو أقل من ثانوي ما نسبته (69.4%)، وفئة تقني سامي ما نسبته (18.0%)، وفئة ليسانس ما نسبته (8.3%)، وفئة ماجستير أو دكتوراه ما نسبته (4.3%)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن من الطبيعي أن تختلف المؤهلات العلمية للمتعاملين حسب طبيعة المهن التي يعملون فيها.

6. الدخل الشهري:

جدول (4-14)

التوزيع النسبي لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل الشهري في الجزائر

الدخل الشهري	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 18000 دينار	427	65.7
18001 – 30000 دينار	88	13.5
30001 –100000 دينار	24	3.7
100001 دينار – فاكثر	111	17.1
المجموع	650	100.0

يتبين من الجدول السابق أن الدخولات الشهرية للأفراد قد تباينت، إذ شكل الدخل الشهري (أقل من 18000 دينار) ما نسبته (65.7%)، وشكل الدخل (18001- 30000 دينار) ما نسبته (13.5%)، أما (30001-100000 دينار) فشكل ما نسبته (3.7%)، في حين شكل الدخل (100001 دينار – فأكثر) ما نسبته (17.1%)، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن هذه الدخولات تنسجم مع نظام الرواتب في دولة الجزائر.

4-10 خاتمة الفصل

تم استعراض المنهجية التي تم اتباعها في هذه الدراسة وذلك لاختبار المتغيرات من خلال تحديد وسيلة جمع البيانات تمهيداً لإخضاع النتائج للتحليل.

وبناءً على المنهجية المتبعة والأساليب المستخدمة، سيخصص الفصل الخامس للنتائج التي توصلت إليها الدراسة ومناقشتها بعد تحليل مفردات النموذج الموضوع للاختبار.

الفصل الخامس

تحليل البيانات ومناقشة النتائج

5-1 مقدمة

5-2 تحليل البيانات

5-3 مناقشة النتائج

الفصل الخامس

تحليل البيانات ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية

5-1 مقدمة

تستعرض الباحثة في هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة من خلال استخراج إجابات أفراد عينة الدراسة على الإستبانة التي تناولت محددات التعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في الأردن والجزائر، كما يتضمن هذا الفصل مناقشة نتائج الدراسة.

5-2 تحليل البيانات

قامت الباحثة بإعداد إستبانة للتعرف على محددات التعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في الأردن والجزائر، مستخدمةً مقياس ليكرت الخماسي، كما تم إستخدام متوسطات إستجابات أفراد عينة الدراسة من المتعاملين على النحو التالي:

- (1 – أقل من 2.33) بدرجة ضعيفة،
- (2.33 – أقل من 3.66) بدرجة متوسطة.
- (3.66 – 5) بدرجة عالية.

الفرضية الرئيسية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين.

للإجابة على فرضيات الدراسة تم حساب المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لكل مجال من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في الأردن والجزائر.

أولاً: الأردن

1- الدافع الديني:

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير الدافع الديني بحسب ما يظهر في الجدول (5-1).

جدول (5-1)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير الدافع الديني في الأردن

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
9	1	تزداد رغبتي الدينية في التعاملات مع البنوك الإسلامية بسبب البركة في المال التي أجنيها من هذه التعاملات.	3.86	1.098	مرتفع
11	2	أجد أن تعاملي مع البنوك الإسلامية تدفعني لدفع الزكاة في وقتها.	3.72	1.075	مرتفع
8	3	أرى أن مبدأ المشاركة في الربح هو البديل الذي يجب أن يحل محل مبدأ الربا في عمليات النظام البنكي.	3.67	1.099	مرتفع
10	4	تعتمد البنوك الإسلامية على الوازع الديني في جذب الإستثمارات.	3.63	1.067	متوسط
7	5	يرى الكثير من العملاء أن البنوك الإسلامية هي البديل الأمثل في ظل ما تواجهه البنوك التجارية من مخاطر وتعثر بنكي.	3.56	1.042	متوسط
3	6	أرى أن النظام البنكي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية.	3.37	1.029	متوسط
5	7	توجد ضرورة لتوفر ثقة كبيرة لدى العميل من لجنة الإفتاء بخصوص العروض المقدمة من البنوك الإسلامية.	3.25	1.129	متوسط
1	8	أجد أن ما أحصل عليه من خدمات في البنوك الإسلامية يتوافق مع التعاليم الدينية.	3.22	1.178	متوسط
6	9	يتعامل غير المسلمين مع البنوك الإسلامية لما توفره لهم من طمأنينة في التعامل.	3.09	1.143	متوسط
4	10	أحاول دوماً أن أربط بين ثقافتي الدينية وما تطرحه البنوك الإسلامية من صور استثمارية كالمرابحة والاستصناع والسلم وغيرها.	2.94	1.098	متوسط
2	11	ما يدفعني للتعامل مع البنوك الإسلامية عدم تعاملها بالربا.	2.81	1.187	متوسط
		الدرجة الكلية	3.37	0.79	متوسط

من خلال الجدول (5-1) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير الدافع الديني تتراوح ما بين (2.81 – 3.86)، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (9) "تزداد رغبتي الدينية في التعاملات مع البنوك الإسلامية بسبب البركة في المال التي أجنيها من هذه التعاملات" بمتوسط حسابي (3.86) وبانحراف معياري (1.098) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (2) " ما يدفعني للتعامل مع البنوك الإسلامية عدم تعاملها بالربا" بمتوسط حسابي (2.81) وبانحراف معياري (1.187) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.37) وبانحراف معياري (0.79) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الدافع الديني يعد عاملاً مهماً للتعامل مع البنوك الإسلامية، حيث أنه يتوافق مع طبيعة الأفراد الذين يميلون للتعاملات الإسلامية لأنها تقدم لهم خدمات بعيداً عن مبدأ الربا والذي حرمه الشرع، مما يؤكد أهمية هذا العامل كمحدد سلوكي لتوجه الأفراد للتعامل مع البنوك الإسلامية في إطار رقابي شرعي. كما أن وجود تعاملات مصرفية منضبطة بأحكام الشريعة الإسلامية توفر مزيد من الثقة للمتاعملين بإنجاز معاملاتهم في إطار شرعي تراعا فيه صور التعاملات الشرعية المباحة وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (سلامه، 2002) التي بينت أهمية الدافع الديني بالنسبة للمتاعملين مع البنوك الإسلامية، وتختلف مع نتيجة (Selamat, and Abdul-Kadir, 2012)، التي بينت عدم أهمية الدافع الديني في إختيار التعامل مع البنك.

2- جودة الخدمات البنكية

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير جودة الخدمة البنكية كما يظهرها الجدول (5-2).

جدول (5-2)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير جودة الخدمة البنكية في الأردن

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
23	1	يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم.	3.72	1.040	مرتفع
13	2	يوفر البنك الإسلامي وسائل الراحة للعملاء داخل الفروع.	3.67	1.072	مرتفع
25	3	تزداد ثقتي في البنك الإسلامي نتيجة المعرفة والخبرة والسلوك المميز للموظفين	3.66	1.081	متوسط
12	4	يوفر البنك الإسلامي خدمة E-banking and ATM للعملاء.	3.65	1.104	متوسط
21	5	يتميز موظفو البنك الإسلامي بالمظهر الجذاب والأنيق.	3.58	1.073	متوسط
15	6	يقدم البنك الإسلامي خدمات مميزة سريعة وفورية للعملاء.	3.53	1.089	متوسط
17	6	يوفر البنك الإسلامي خدمات متجددة مواكبة لمتطلبات العصر.	3.53	1.033	متوسط
22	7	يلم موظفو البنك الإسلامي جيداً بأساسيات العمل البنكي.	3.51	1.078	متوسط
14	8	يهتم البنك الإسلامي بالمظهر وجودة التصميم الداخلي.	3.50	1.133	متوسط
16	9	يتم وضع مصلحة العملاء في أعلى سلم الأولويات في البنوك الإسلامية.	3.46	1.077	متوسط
19	10	يمكن الإعتماد على البنك الإسلامي في أداء الخدمة.	3.44	1.132	متوسط
18	11	يوفي البنك الإسلامي بوعوده للعملاء في الوقت المحدد.	3.37	1.083	متوسط
24	12	يوفر البنك الإسلامي العدد الكافي من الموظفين لإنجاز معاملات العملاء.	3.33	1.105	متوسط
20	13	تطور البنوك الإسلامية خدماتها المصرفية لأرضاء العملاء.	3.21	1.162	متوسط
		الدرجة الكلية	3.51	0.85	متوسط

من خلال الجدول (5-2) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير جودة الخدمة البنكية تتراوح ما بين (3.21 – 3.72)، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (23) "يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم" بمتوسط حسابي (3.72) وبانحراف معياري (1.040) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (20) "تطور البنوك الإسلامية خدماتها المصرفية لأرضاء العملاء" بمتوسط حسابي (3.21) وبانحراف معياري (1.162) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.51) بإنحراف معياري (0.85) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن جودة الخدمة البنكية تعد عاملاً مهماً للتعامل مع البنوك الإسلامية، حيث أنه كلما كانت جودة الخدمة البنكية أفضل، كلما كان الإقبال على التعامل مع البنوك الإسلامية أفضل، وقد يعزى ذلك إلى أن العملاء يرغبون دوماً في الحصول على خدمات مميزة في أقل وقت وجهد، ولا يمكن أن يتم ذلك إلا إذا كانت الخدمة المقدمة جيدة، وفي ذلك تحسين لصورة البنك أمام عملائه، وعليه تسعى البنوك دوماً لتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء. كما أن العملاء إذا لم يحصلوا على خدمات تتصف بالجودة يمكن لهم أن يذهبوا إلى بنوك أخرى لتلبية احتياجاتهم من الخدمات المصرفية، ومن هنا فإن جودة الخدمة المصرفية تعد عاملاً مهماً في زيادة ولاء العميل للبنك، وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة دراسة (الحموري والخطيب، 1990) التي أكدت أهمية عامل جودة الخدمة في التعامل مع البنوك، وتختلف مع نتيجة دراسة (بشير، 2013) والذي لم يؤكد أهمية عامل جودة الخدمة في تبني الخدمات المصرفية.

3- أسعار الخدمة

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير أسعار الخدمة كما في الجدول (5-3).

جدول (5-3)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير أسعار الخدمة في الأردن

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
26	1	تقدم البنوك الإسلامية أسعار مناسبة تلائم جميع العملاء.	3.59	1.044	متوسط
27	1	يوجد رضا لدى عملاء البنوك الإسلامية لتحسينها أسعار خدماتها باستمرار.	3.59	1.079	متوسط
31	2	تراقب البنوك الإسلامية باستمرار ما تطرحه من أسعار خدمة للعملاء.	3.17	1.211	متوسط
29	3	توجد دائرة خاصة في البنوك الإسلامية لتسعير الخدمات البنكية.	3.14	1.303	متوسط
28	4	تدرس البنوك الإسلامية شكاوى العملاء المتعلقة بأسعار الخدمة البنكية المصرفية.	3.06	1.192	متوسط
30	5	يراعى عند تسعير الخدمات البنكية في البنك الإسلامي الأسعار التي تقدمها البنوك المنافسة.	2.94	1.202	متوسط
		الدرجة الكلية	3.25	0.92	متوسط

من خلال الجدول (5-3) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير أسعار الخدمة تتراوح ما بين (2.94 – 3.59)، وأن أعلى متوسط كان لكل من الفقرة (26) " تقدم البنوك الإسلامية أسعاراً مناسبة تلائم جميع العملاء" بمتوسط حسابي (3.59) وبانحراف معياري (1.044) وبمستوى متوسط، والفقرة (27) "يوجد رضا لدى عملاء البنوك الإسلامية لتحسينها أسعار خدماتها باستمرار" بمتوسط حسابي (3.59) وبانحراف معياري (1.079)، وأن أقل متوسط كان للفقرة (30) " يراعى عند تسعير الخدمات البنكية في البنك الإسلامي الأسعار التي تقدمها البنوك المنافسة " بمتوسط حسابي (2.94) وبانحراف معياري (1.202) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.25) بانحراف معياري (0.92) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الأسعار المناسبة للخدمات تعد عاملاً هاماً للتعامل مع البنوك الإسلامية، حيث أن العملاء يسعون

للحصول على أسعار مناسبة للخدمات، وقد يعزى ذلك إلى أن متابعة اهتمامات واحتياجات العملاء يعد أمراً ضرورياً لنجاح البنك واستمراريته، وعليه لا بد أن تسعى البنوك الإسلامية لوضع إطار منضبط لتقديم خدمة بأسعار مناسبة مما يشكل دافعاً للمتعاملين للتوجه نحو البنوك الإسلامية. وفي هذا الإطار تقوم العديد من البنوك بعرض مميزات جديدة دوما لأسعار خدماتها بما ينسجم مع طبيعة الدخل والإستثمارات والمشاريع بما يمكن البنوك من تحسين أسعارها والحصول على ربحية مناسبة من خلال زيادة عدد التعاملات المصرفية، وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتيجة (Dusuki and Abdullah, 2006)، والتي بينت أهمية سعر الخدمة في تبني خدمات المصارف الإسلامية، وتختلف مع نتيجة دراسة (الحموري والخطيب، 1990) التي لم تظهر أهمية عامل سعر الخدمة في تبني خدمات المصارف الإسلامية.

4- التفرع:

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير التفرع كما يظهرها الجدول (5-4).

جدول (5-4)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير التفرع في الأردن

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
34	1	تتوفر في البنوك الإسلامية لجان خاصة لإيجاد فروع جديدة بعد دراسة المناطق الأنسب للعملاء.	3.79	1.159	مرتفع
35	2	تنظر الإدارة في البنوك الإسلامية باهتمام لشكاوى العملاء فيما يتعلق بقرب أو بعد المصرف عن مناطق سكنهم.	3.70	1.181	مرتفع
37	3	يراعى عند وضع فروع جديدة للبنوك الإسلامية أن تكون متسعة وقادرة على تقديم خدمات مميزة.	3.68	1.099	مرتفع
36	4	يتم دراسة الأماكن التي يمكن وضع فروع للبنك الإسلامي فيها بعد أخذ رأي العملاء.	3.65	1.201	متوسط

33	5	يراعى عند اختيار الفروع الجديدة للبنوك الإسلامية وجود الكثافة السكانية المرتفعة.	3.56	1.106	متوسط
32	6	توجد فروع كثيرة للبنوك الإسلامية تخفف مشقة العملاء بسبب قربها من مكان سكنهم.	3.10	1.285	متوسط
		الدرجة الكلية	3.56	0.96	متوسط

من خلال الجدول (5-4) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير التفرع تتراوح ما بين (3.10 – 3.79)، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (34) " تتوافر في البنوك الإسلامية لجان خاصة لإيجاد فروع جديدة بعد دراسة المناطق الأنسب للعملاء " بمتوسط حسابي (3.79) وبانحراف معياري (1.159) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (32) " توجد فروع كثيرة للبنوك الإسلامية تخفف مشقة العملاء بسبب قربها من مكان سكنهم " بمتوسط حسابي (3.10) وبانحراف معياري (1.285) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.56) وبانحراف معياري (0.96) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن تعدد الفروع وكثرتها يشكل عاملاً هاماً للتعامل مع البنوك الإسلامية، وقد يعزى ذلك إلى أن إيجاد البنوك الإسلامية لفروع متعددة يوفر على العملاء الوقت والجهد والكلفة للحصول على خدمة مميزة تلبي احتياجاتهم الأمر الذي يزيد من تعاملاتهم مع البنوك الإسلامية. كما أن صعوبة تنقل الأفراد وازدياد الأعباء الوظيفية وقلة الوقت المتوفر للحصول على خدمات مصرفية أصبحت عوامل مقلقة بالنسبة للمتعاملين، لذلك فإن وجود فروع قريبة من أماكن السكن يعد عاملاً هاماً في تقليل الصعوبات التي قد يعاني منها الأفراد في الحصول على خدمات مميزة ضمن الفروع المصرفية القريبة. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (بشير، 2013) والتي أظهرت أهمية التفرع في التعامل مع المصارف الإسلامية، وتختلف مع نتيجة دراسة (سلامة، 2002) التي لم تبين أهمية التفرع كعامل في تبني خدمات المصارف الإسلامية.

5- تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية

يوضح الجدول (5-5) المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لتأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية.

جدول (5-5)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية في الأردن

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
42	1	تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في الترويج لما تقدمه البنوك الإسلامية من خدمات.	4.02	1.165	مرتفع
40	2	يساعدني أصدقائي في اختيار الخدمات الجديدة المميزة التي تقدمها البنوك الإسلامية	3.94	1.088	مرتفع
38	3	أجد أن نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار التعامل مع البنك الإسلامي.	3.86	1.131	مرتفع
39	4	يتناول الكثير من العملاء الحديث عن الخدمات المميزة التي يقدمها البنك الإسلامي.	3.70	1.061	مرتفع
41	5	يوجد لدى الأهل حسابات في البنوك الإسلامية مما شجعني على التعامل معها.	3.60	1.135	متوسط
44	6	توجد اتجاهات ايجابية لدى أفراد المجتمع للتعامل مع البنوك الإسلامية.	1.94	.758	منخفض
45	7	تسود ثقافة في المجتمع بضرورة التعامل مع البنوك الإسلامية لأنها البديل الإسلامي الذي يلبي طموحاتهم.	1.82	.786	منخفض
43	8	تستغل البنوك الإسلامية وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة للتسويق لخدماتها البنكية.	1.73	.783	منخفض
		الدرجة الكلية	3.31	0.75	متوسط

من خلال الجدول (5-5) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية تتراوح ما بين (1.73 – 4.02)، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (42) " تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في الترويج لما تقدمه البنوك الإسلامية من

خدمات " بمتوسط حسابي (4.02) وبانحراف معياري (1.165) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (43) " تستغل البنوك الإسلامية وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة للتسويق لخدماتها البنكية " بمتوسط حسابي (1.73) وبانحراف معياري (783.) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.31) وبانحراف معياري (0.75) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن وسائل الإعلام وأفراد المجتمع يشكلون عاملاً هاماً في الإقبال على التعامل مع البنوك الإسلامية، وقد يعزى ذلك إلى أن النصائح التي يقدمها أفراد العائلة والأصدقاء والمجتمع ووسائل الإعلام من خلال ما يمتلكون من ثقافة دينية يعد مؤشراً إيجابياً لتحسين صور التعاملات التي تقدمها البنوك الإسلامية، كما أن هناك دوراً لوسائل الإعلام في نشر الوعي التثقيفي للتعاملات الإسلامية وما تقدمه من فائدة للفرد والمجتمع. كما أن تطور وسائل التواصل الإجتماعي واستخدماها من قبل الأفراد بكثرة أصبح يفرض على البنوك توظيفها بشكل فاعل للتواصل مع المتعاملين وتقديم خدمات مصرفية تقليدية وإلكترونية، بما يلبي رغبات وأذواق المتعاملين وبما يجسد رؤية ورسالة المصارف في تحسين نوعية الخدمات المقدمة، كما أن فتح البنوك لقنوات التواصل مع أفراد المجتمع يؤدي إلى زيادة عدد المتعاملين بالإطلاع مباشرة على الخدمات المقدمة والميزات المتوافرة فيها، مما يؤدي إلى تحسين صورة البنك وزيادة إقبال الأفراد للتعامل معه والقيام بعمليات مصرفية متنوعة. وتتفق هذه النتيجة مع (Echchabi and Abd. Aziz, 2012)، ولم تعثر الباحثة على دراسة تظهر عدم فاعلية الأصدقاء والعائلة في تبني خدمات المصارف الإسلامية.

6- حوكمة البنوك الإسلامية:

يظهر الجدول (5-6) المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير حوكمة البنوك الإسلامية.

جدول (5-6)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير حوكمة البنوك الإسلامية في الأردن

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
54	1	يتم مساءلة العاملين في البنوك الإسلامية في حال حدوث خطأ عند تقديم الخدمة للعملاء	3.73	1.023	مرتفع
55	1	تقوم البنوك الإسلامية بالإفصاح عن المعلومات الدورية الخاصة بالبنك للسوق المالي والبنك المركزي في الوقت المناسب	3.73	.960	مرتفع
53	2	أجد أن البنك الإسلامي يعتمد على نظام محاسبي يؤمن العدالة لجميع الأطراف.	3.70	1.012	مرتفع
52	3	تنسجم المعالجات الحسابية للقوائم المالية مع تعاليم البنك الإسلامي.	3.55	1.098	متوسط
51	4	يفصح النظام المحاسبي في البنك الإسلامي عن كافة المعلومات التي اطلبها.	3.08	1.238	متوسط
50	5	يوفر النظام المحاسبي في البنك الإسلامي البيانات التي اطلبها بمصداقية وسرية.	2.50	1.233	متوسط
49	6	سبب اختياري للبنك الإسلامي هو ثقتي في صدق إدارة حساباتي.	2.39	1.297	متوسط
48	7	يتم تحديث النظام المحاسبي في البنك كلما دعت الحاجة إلى ذلك.	2.30	1.190	منخفض
46	8	يوجد نظام محاسبي في البنك الإسلامي يتفق مع المعايير العالمية والإسلامية في المحاسبة.	1.86	.799	منخفض
47	9	يقوم البنك بالإفصاح عن المعلومات المحاسبية ضمن نشرات شهرية.	1.80	.791	منخفض
الدرجة الكلية			2.77	0.56	متوسط

من خلال الجدول (5-6) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير حوكمة البنوك الإسلامية تتراوح ما بين (1.80 – 3.73)، وأن أعلى متوسط كان لكل من الفقرة (54) " يتم مساءلة العاملين في البنوك الإسلامية في حال حدوث خطأ عند تقديم الخدمة للعملاء " بمتوسط

حسابي (3.73) وبانحراف معياري (1.023) وبمستوى مرتفع، والفقرة (55) " تقوم البنوك الإسلامية بالإفصاح عن المعلومات الدورية الخاصة بالبنك للسوق المالي والبنك المركزي في الوقت المناسب " بمتوسط حسابي (3.73) وبانحراف معياري (.960) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (47) " يقوم البنك بالإفصاح عن المعلومات المحاسبية ضمن نشرات شهرية " بمتوسط حسابي (1.80) وبانحراف معياري (.791) وبمستوى منخفض، أما المتوسط العام فقد بلغ (2.77) وبانحراف معياري (0.56) وبمستوى متوسط.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن وجود نظام رقابي ومحاسبي مناسب يشكل محدداً هاماً من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية، وقد يعزى ذلك إلى أن وجود نظام رقابي صارم في البنك يؤدي إلى متابعة جميع العمليات الحسابية في البنك، كما يؤثر إيجابياً على نوعية الخدمات المقدمة للعملاء، وأن أعمال المراجعة والمتابعة تعد عوامل ضرورية في كشف الأخطاء التي قد تقع فيها البنوك، ومن هنا تبرز أهمية الحوكمة كمحدد سلوكي لإقبال العملاء للتعامل مع البنوك الإسلامية. كما أن قيام البنك بالإفصاح عن المعلومات للمتعاملين بشفافية يؤدي إلى زيادة ثقة المتعاملين بالبنوك، ويؤدي إلى زيادة التعاملات المصرفية، ويحسن من صورة البنك أمام العملاء. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Echchabi and Abd. Aziz, 2012) والتي اظهرت أهمية الوعي المصرفي في التعامل مع البنوك، وتختلف مع نتيجة (الحموري والخطيب، 1990) والتي لم تظهر أهمية الحوكمة كعامل للتعامل مع البنوك الإسلامية.

ثانياً: الجزائر:

1- الدافع الديني:

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير الدافع الديني كما يظهر في الجدول (5-7).

جدول (5-7)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير الدافع الديني في الجزائر

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
9	1	تزداد رغبتي الدينية في التعاملات مع البنوك الإسلامية بسبب البركة في المال التي أجنيها من هذه التعاملات.	3.91	1.124	مرتفع
11	2	أجد أن تعاملي مع البنوك الإسلامية تدفعني لدفع الزكاة في وقتها.	3.76	1.130	مرتفع
10	3	تعتمد البنوك الإسلامية على الوازع الديني في جذب الإستثمارات.	3.66	1.123	متوسط
8	4	أرى أن مبدأ المشاركة في الربح هو البديل الذي يجب أن يحل محل مبدأ الربا في عمليات النظام البنكي.	3.63	1.169	متوسط
7	5	يرى الكثير من العملاء أن البنوك الإسلامية هي البديل الأمثل في ظل ما تواجهه البنوك التجارية من مخاطر وتعثر بنكي.	3.53	1.135	متوسط
3	6	أرى أن النظام البنكي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية.	3.35	1.060	متوسط
1	7	أجد أن ما أحصل عليه من خدمات في البنوك الإسلامية يتوافق مع التعاليم الدينية.	3.27	1.226	متوسط
5	8	توجد ضرورة لتوفر ثقة كبيرة لدى العميل من لجنة الإفتاء بخصوص العروض المقدمة من البنوك الإسلامية.	3.21	1.162	متوسط
6	9	يتعامل غير المسلمين مع البنوك الإسلامية لما توفره لهم من طمأنينة في التعامل.	3.04	1.170	متوسط
4	10	أحاول دوماً أن أربط بين ثقافتي الدينية وما تطرحه البنوك الإسلامية من صور استثمارية كالمرابحة والاستصناع والسلم وغيرها للتعامل مع المتعاملين.	2.95	1.105	متوسط
2	11	ما يدفعني للتعامل مع البنوك الإسلامية عدم تعاملها بالربا.	2.76	1.217	متوسط
		الدرجة الكلية	3.37	0.86	متوسط

من خلال الجدول (5-7) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير الدافع الديني تتراوح ما بين (2.76 – 3.91)، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (9) تزداد رغبتي الدينية في التعاملات مع البنوك الإسلامية بسبب البركة في المال التي أجنيها من هذه التعاملات " بمتوسط حسابي (3.91) وبانحراف معياري (1.124) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (2) " ما يدفعني للتعامل مع البنوك الإسلامية عدم تعاملها بالربا " بمتوسط حسابي (2.76) وبانحراف معياري (1.217) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.37) وبانحراف معياري (0.86) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الدافع الديني يعد عاملاً مهماً للتعامل مع البنوك الإسلامية، حيث أن الثقافة الدينية المتوافرة عند المجتمع الذي يستند على مرجعية شرعية في تعاملاته يعد أمراً هاماً في ازدياد عدد المتعاملين مع البنوك الإسلامية لأنه ينسجم مع فطرتهم وطبيعتهم الدينية. كما أن أفراد المجتمع وبسبب التربية الدينية فإن ذلك ينعكس على تصرفاتهم وأفكارهم وتنبيهم للعديد من الأمور ومنها التعاملات المصرفية والتي يرون أنها يجب أن تنضبط مع عدم التعامل بالربا المحرم، وتبين التعاملات الإسلامية الحلال، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (سلامه، 2002) التي بينت أهمية الدافع الديني بالنسبة للمتاعملين مع البنوك الإسلامية، وتختلف مع نتيجة (Selamat, and Abdul-Kadir, 2012)، التي بينت عدم أهمية الدافع الديني في إختيار التعامل مع البنك.

2- جودة الخدمة البنكية

يظهر الجدول (5-8) المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير جودة الخدمة البنكية.

جدول (5-8)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير جودة الخدمة البنكية في الجزائر

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
13	1	يوفر البنك الإسلامي وسائل الراحة للعملاء داخل الفروع.	3.73	1.099	مرتفع
23	2	يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم.	3.64	1.146	متوسط
12	3	يوفر البنك الإسلامي خدمة E-banking and ATM للعملاء.	3.63	1.122	متوسط
21	4	يتميز موظفو البنك الإسلامي بالمظهر الجذاب والأنيق.	3.61	1.080	متوسط
25	4	تزداد ثقتي في البنك الإسلامي نتيجة المعرفة والخبرة والسلوك المميز للموظفين	3.61	1.150	متوسط
17	5	يوفر البنك الإسلامي خدمات متجددة مواكبة لمتطلبات العصر.	3.57	1.078	متوسط
14	6	يهتم البنك الإسلامي بالمظهر وجودة التصميم الداخلي.	3.56	1.156	متوسط
15	7	يقدم البنك الإسلامي خدمات مميزة سريعة وفورية للعملاء.	3.55	1.139	متوسط
22	8	يلم موظفو البنك الإسلامي جيداً بأساسيات العمل البنكي.	3.53	1.096	متوسط
19	9	يمكن الاعتماد على البنك الإسلامي في أداء الخدمة.	3.50	1.167	متوسط
16	10	يتم وضع مصلحة العملاء في أعلى سلم الأولويات في البنوك الإسلامية.	3.49	1.122	متوسط
18	11	يوفي البنك الإسلامي بوعوده للعملاء في الوقت المحدد.	3.40	1.081	متوسط
24	12	يوفر البنك الإسلامي العدد الكافي من الموظفين لإنجاز معاملات العملاء.	3.31	1.156	متوسط
20	13	تطور البنوك الإسلامية خدماتها المصرفية لأرضاء العملاء.	3.28	1.154	متوسط
		الدرجة الكلية	3.53	0.93	متوسط

من خلال الجدول (5-8) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير جودة الخدمة البنكية تتراوح ما بين (3.28 – 3.73)، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (13) " يوفر البنك الإسلامي وسائل الراحة للعملاء داخل الفروع " بمتوسط حسابي (3.73) وبانحراف معياري (1.099) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (20) " تطور البنوك الإسلامية خدماتها المصرفية

لأرضاء العملاء " بمتوسط حسابي (3.28) وبانحراف معياري (1.154) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.53) وبانحراف معياري (0.93) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن متغير جودة الخدمة البنكية يعد من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية الهامة بالنسبة للعملاء، إذ أن حصولهم على خدمات مميزة بما يتلاءم مع رغباتهم، يشكل دافعاً لهم للحصول على مزيد من هذه الخدمات، ويزيد من إقبالهم للتعامل مع البنوك الإسلامية. كما أن ازدياد عدد البنوك وتنوع الخدمات المقدمة زاد من فرص العملاء للإختيار بين هذه البنوك، مما يفرض على البنوك أن تختار الخدمات التي تتصف بالجودة وتلبي أذواق جميع المتعاملين للوصول إلى الميزة التنافسية. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (الحموري والخطيب، 1990)، وتختلف مع نتيجة دراسة (البشير، 2013) والذي لم يؤكد أهمية عامل جودة الخدمة في تبني الخدمات المصرفية.

3- أسعار الخدمة:

ومن خلال الجدول (5-9) يتبين لنا المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير أسعار الخدمة.

جدول (5-9)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير أسعار الخدمة في الجزائر

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
26	1	تقدم البنوك الإسلامية أسعار مناسبة تلائم جميع العملاء.	3.58	1.096	متوسط
27	2	يوجد رضا لدى عملاء البنوك الإسلامية لتحسينها أسعار خدماتها باستمرار.	3.54	1.122	متوسط
31	3	تراقب البنوك الإسلامية باستمرار ما تطرحه من أسعار خدمة للعملاء.	3.10	1.301	متوسط
29	4	توجد دائرة خاصة في البنوك الإسلامية لتسعير الخدمات البنكية.	3.06	1.389	متوسط
28	5	تدرس البنوك الإسلامية شكاوى العملاء المتعلقة بأسعار الخدمة	3.03	1.277	متوسط

			البنكية المصرفية.		
30	6	يراعى عند تسعير الخدمات البنكية في البنك الإسلامي الأسعار التي تقدمها البنوك المنافسة.	2.81	1.335	متوسط
الدرجة الكلية			3.19	1.02	متوسط

من خلال الجدول (5-9) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير اسعار الخدمة البنكية تتراوح ما بين (2.81-3.58)، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (26) " تقدم البنوك الإسلامية أسعار مناسبة تلائم جميع العملاء." بمتوسط حسابي (3.58) وبانحراف معياري (1.09) وبمستوى متوسط، وأن أقل متوسط كان للفقرة (30) " يراعى عند تسعير الخدمات البنكية في البنك الإسلامي الأسعار التي تقدمها البنوك المنافسة." بمتوسط حسابي (2.81) وبانحراف معياري (1.33) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.19) وبانحراف معياري (1.02) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن متغير اسعار الخدمة للعملاء يعد من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية متوسطة الأهمية بالنسبة للعملاء، وقد يعزى ذلك إلى أن البنوك الإسلامية في الجزائر وبسبب حداثة تجربتها، فإن عملية تسعير الخدمات لم تتطور بالشكل الذي يلبي احتياجات العملاء ويزيد من إقبالهم للتعامل مع هذه البنوك. كما أن إلتافات البنوك لأسعار الخدمة ووضعها ضمن إطار منضبط يحقق العدالة للمتعاملين والفاعلية للبنوك، يؤدي إلى حصول المتعاملين على خدمات بأسعار جيدة وبالتالي زيادة التعاملات المصرفية في البنوك والتي تزيد من حجم الأرباح وزيادة عدد الفروع وإستمرارية البنوك في تقديم الخدمات وزيادة عدد المتعاملين معها. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Dusuki and Abdullah, 2006)، والتي أظهرت أهمية سعر الخدمة في تبني خدمات المصارف الإسلامية، وتختلف مع نتيجة دراسة (الحموري والخطيب، 1990).

4- التفرع:

أما متغير التفرع فتظهر متوسطاته الحسابية وإنحرافاته المعيارية في الجدول (5-10).

جدول (5-10)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير التفرع في الجزائر

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
35	1	تنظر الإدارة في البنوك الإسلامية باهتمام لشكاوى العملاء فيما يتعلق بقرب أو بعد المصرف عن مناطق سكنهم.	3.81	1.214	مرتفع
34	2	تتوفر في البنوك الإسلامية لجان خاصة لإيجاد فروع جديدة بعد دراسة المناطق الأنسب للعملاء.	3.79	1.243	مرتفع
37	2	يراعى عند وضع فروع جديدة للبنوك الإسلامية أن تكون متسعة وقادرة على تقديم خدمات مميزة.	3.79	1.097	مرتفع
36	3	يتم دراسة الأماكن التي يمكن وضع فروع للبنك الإسلامي فيها بعد أخذ رأي العملاء.	3.71	1.232	مرتفع
33	4	يراعى عند اختيار الفروع الجديدة للبنوك الإسلامية وجود الكثافة السكانية المرتفعة.	3.59	1.151	متوسط
32	5	توجد فروع كثيرة للبنوك الإسلامية تخفف مشقة العملاء بسبب قربها من مكان سكنهم.	2.99	1.348	متوسط
		الدرجة الكلية	3.58	1.05	متوسط

من خلال الجدول (5-10) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير التفرع تتراوح ما بين (2.99-3.81) ، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (35) " تنظر الإدارة في البنوك الإسلامية باهتمام لشكاوى العملاء فيما يتعلق بقرب أو بعد المصرف عن مناطق سكنهم. " بمتوسط حسابي (3.81) وبانحراف معياري (1.21) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (32) " توجد فروع كثيرة للبنوك الإسلامية تخفف مشقة العملاء بسبب قربها من مكان سكنهم بمتوسط حسابي (2.99) وبانحراف معياري (1.34) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.58) وبانحراف معياري (1.05) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن التفرع يعد من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية بدرجة متوسطة الأهمية بالنسبة للعملاء، وقد يعزى ذلك إلى

أن ازدياد أعداد الفروع يعد عاملاً مهماً في تقليل الوقت والجهد والتكلفة على المتعاملين. كما أن زيادة عدد الفروع في مناطق سكن المتعاملين يقلل من عملية التنقل وبذل الجهد ويقلل التكلفة، كما يمكن المتعاملين من الحصول على الخدمة في أي وقت دون التفكير مسبقاً بوجود فرع يكلفهم بذل جهد الأمر الذي يسبب لهم التوتر وتأجيل الحصول على هذه الخدمة مع حاجتهم إليها في معظم الأحيان. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (بشير، 2013) والتي بينت أهمية التفرع في التعامل مع البنوك الإسلامية، وتختلف مع نتيجة دراسة (سلامة، 2002) التي لم تبين أهمية التفرع كعامل في تبني خدمات المصارف الإسلامية.

5- تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية كما في الجدول (5-11).

جدول (5-11)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية في الجزائر

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
42	1	تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في الترويج لما تقدمه البنوك الإسلامية من خدمات.	4.10	1.116	مرتفع
40	2	يساعدني أصدقائي في اختيار الخدمات الجديدة المميزة التي تقدمها البنوك الإسلامية	3.93	1.132	مرتفع
38	3	أجد أن نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار التعامل مع البنك الإسلامي.	3.92	1.153	مرتفع
41	4	يوجد لدى الأهل حسابات في البنوك الإسلامية مما شجعني على التعامل معها.	3.73	1.082	مرتفع
39	5	يتناول الكثير من العملاء الحديث عن الخدمات المميزة التي يقدمها البنك الإسلامي.	3.70	1.099	مرتفع
44	6	توجد اتجاهات ايجابية لدى أفراد المجتمع للتعامل مع البنوك	1.98	.764	منخفض

		الإسلامية.			
45	7	تسود ثقافة في المجتمع بضرورة التعامل مع البنوك الإسلامية لأنها البديل الإسلامي الذي يلبي طموحاتهم.	1.86	.839	منخفض
43	8	تستغل البنوك الإسلامية وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة للتسويق لخدماتها البنكية.	1.76	.790	منخفض
الدرجة الكلية			3.37	0.73	متوسط

من خلال الجدول (5-11) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية تتراوح ما بين (1.76-4.10) ، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (42) "تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في الترويج لما تقدمه البنوك الإسلامية من خدمات " بمتوسط حسابي (4.10) وبانحراف معياري (1.11) وبمستوى مرتفع، وأن أقل متوسط كان للفقرة (43) "تستغل البنوك الإسلامية وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة للتسويق لخدماتها البنكية.بمتوسط حسابي (1.76) وبانحراف معياري (0.79) وبمستوى متوسط، أما المتوسط العام فقد بلغ (3.37) وبانحراف معياري (0.73) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير ذلك بأن متغير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع يعد من محددات التعامل مع البنوك الإسلامية بدرجة متوسطة في الجزائر، وقد يعزى ذلك إلى أن الإعلام في الجزائر لا يقوم بدور فاعل في تحسين نظرة المجتمع للتعامل مع البنوك الإسلامية، حيث توجد له اهتمامات أخرى بسبب سيطرة الثقافة الغربية على المجتمع، كما أن أفراد المجتمع ينقصهم الفهم الكافي بأهمية التعاملات الإسلامية والتي تحقق لهم فائدة دينية ودنيوية. كما أن عدم توظيف وسائل التواصل الإجتماعي بالشكل المطلوب يؤدي إلى وجود حلقة مفقودة بين البنوك وأفراد المجتمع خاصة وأن التكنولوجيا أصبحت تغزو جميع الميادين، لذلك فإن تغيب الدور الإعلامي من قبل البنوك يقلل من فرص التعرف على طبيعة التعاملات الموجودة في البنوك وبالتالي يقلل من فرص إزديادة المتعاملين معها. وتتفق هذه

النتيجة مع نتيجة دراسة (Echchabi and Abd. Aziz, 2012)، ولم تعثر الباحثة على دراسة تظهر عدم فاعلية الأصدقاء والعائلة في تبني خدمات المصارف الإسلامية.

6- حوكمة البنوك الإسلامية:

يظهر لنا الجدول (5-12) المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير حوكمة البنوك الإسلامية.

الجدول (5-12)

المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لمتغير حوكمة البنوك الإسلامية في الجزائر

الرقم	الترتيب	الفقرة	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	المستوى
54	1	يتم مساءلة العاملين في البنوك الإسلامية في حال حدوث خطأ عند تقديم الخدمة للعملاء	3.65	1.107	متوسط
53	2	أجد أن البنك الإسلامي يعتمد على نظام محاسبي يؤمن العدالة لجميع الأطراف.	3.59	1.031	متوسط
52	3	تنسجم المعالجات الحسابية للقوائم المالية مع تعاليم البنك الإسلامي.	2.36	1.108	متوسط
50	4	يوفر النظام المحاسبي في البنك الإسلامي البيانات التي اطلبها بمصداقية وسرية.	2.09	.775	منخفض
51	5	يفصح النظام المحاسبي في البنك الإسلامي عن كافة المعلومات التي اطلبها.	2.06	.823	منخفض
46	6	يوجد نظام محاسبي في البنك الإسلامي يتفق مع المعايير العالمية والإسلامية في المحاسبة.	1.89	.809	منخفض
55	6	تقوم البنوك الإسلامية بالإفصاح عن المعلومات الدورية الخاصة بالبنك للسوق المالي والبنك المركزي في الوقت المناسب	1.89	.809	منخفض
49	7	سبب اختياري للبنك الإسلامي هو ثقتي في صدق إدارة حساباتي.	1.87	.795	منخفض
47	8	يقوم البنك بالإفصاح عن المعلومات المحاسبية ضمن نشرات شهرية.	1.79	.796	منخفض
48	9	يتم تحديث النظام المحاسبي في البنك كلما دعت الحاجة إلى ذلك.	1.69	.805	منخفض
		الدرجة الكلية	2.25	0.48	منخفض

من خلال الجدول (5-12) يتضح أن المتوسطات الحسابية لمتغير حوكمة البنوك الإسلامية تتراوح ما بين (1.69-3.65) ، وأن أعلى متوسط كان للفقرة (54) " يتم مساءلة العاملين في البنوك الإسلامية في حال حدوث خطأ عند تقديم الخدمة للعملاء " بمتوسط حسابي (3.65) وبانحراف معياري (1.11) وبمستوى متوسط، وأن أقل متوسط كان للفقرة (48) " يتم تحديث النظام المحاسبي في البنك كلما دعت الحاجة إلى ذلك. بمتوسط حسابي (1.69) وبانحراف معياري (0.805) وبمستوى منخفض، أما المتوسط العام فقد بلغ (2.25) وبانحراف معياري (0.48) وبمستوى متوسط، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن حوكمة البنوك الإسلامية ذات مستوى منخفض لدى عملاء البنوك الإسلامية في الجزائر، وقد يعزى ذلك إلى أن عدم وجود جهة رقابة شرعية لمتابعة عمل البنوك الإسلامية يؤدي إلى عدم تقيدها بالضوابط الشرعية، ما يقلل من نسبة الذين يقبلون للحصول على خدمات بنكية لاكتشافهم ثغرات في الإلتزام بضوابط الشريعة الإسلامية في التعاملات، كما أن متابعة البنك لما يجري فيه من تعاملات يمكن أن يحسن من سمعة البنك وإقبال العملاء للتعامل معه. كما أن عدم فهم الأفراد للمقصود بالدور الرقابي لعمل هذه البنوك وعدم فهمهم لطبيعة عمل النظام المحاسبي يؤدي غالباً لعدم فهم طبيعة التعاملات المصرفية وعدم إدراك أهمية تبنيها في إطار شرعي رقابي بما يلبي رغبات الأفراد في الحصول على خدمة مميزة، ويلبي رغبة البنك في زيادة عدد متعامليه. وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Echchabi and Abd. Aziz, 2012) والتي أظهرت أهمية الوعي المصرفي في التعامل مع البنوك، وتختلف مع نتيجة دراسة الحموري والخطيب (1990).

وقد تم اجراء اختبار (ت) لعينتين مستقلتين للتعرف على الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين.

جدول(5-13)

نتائج اختبار (ت) للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين

المحددات	البلد	العدد	المتوسط	الإنحراف المعياري	ت	الدلالة
الدافع الديني	الأردن	650	3.37	0.79	.079	.937
	الجزائر	650	3.37	0.86		
جودة الخدمة البنكية	الأردن	650	3.51	0.85	-.298	.766
	الجزائر	650	3.53	0.93		
اسعار الخدمة	الأردن	650	3.25	0.92	.952	.341
	الجزائر	650	3.19	0.02		
التفرع	الأردن	650	3.56	0.96	-.341	.733
	الجزائر	650	3.58	0.05		
تاثير الاعلام	الأردن	650	3.31	0.75	-1.146	.252
	الجزائر	650	3.37	0.73		
حوكمة البنوك	الأردن	650	2.77	0.56	14.853	.000
	الجزائر	650	2.35	0.48		

من الجدول (5-13) يتضح بأن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في مكان موقع البنك، حيث أن قيمة (ت) كانت (0.079، -0.298، 0.952، -0.341، -1.146، 14.853) وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05) باستثناء مجال حوكمة البنوك، حيث ان المتعاملين مع البنوك الأردنية يدركون الحوكمة في ممارسات البنك، ويمكن تفسير ذلك بأن ثقافة المجتمع الدينية في الأردن والجزائر موجودة لدى الأفراد، كما أن البنوك الإسلامية في البلدين تسعى دوماً لتطوير وتسعير خدماتها المصرفية، وزيادة عدد فروعها، ولكن عدم وجود جهات رقابية في الجزائر لمتابعة

التعاملات المصرفية يؤدي إلى نقص في إدراك مفهوم الحوكمة لدى العملاء، لذلك وجدت هذه الفروق.

الفرضية الرئيسة الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى للمتغيرات الديموغرافية.

لإختبار الفرضية تم استخدام المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية واجراء اختبار (ت) وتحليل التباين الأحادي والجداول تالياً تظهر نتائج ذلك.

المملكة الأردنية الهاشمية

1. الجنس

جدول (5-14)

نتائج اختبار (ت) للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير الجنس

المحددات	الجنس	العدد	المتوسط	الإنحراف المعياري	ت	الدلالة
الدافع الديني	ذكور	706	3.36	0.83	-0.98	0.33
	إناث	294	3.41	0.77		
جودة الخدمة البنكية	ذكور	706	3.49	0.90	-1.36	0.17
	إناث	294	3.58	0.83		
اسعار الخدمة	ذكور	706	3.20	0.97	-1.03	0.30
	إناث	294	3.27	0.92		
التفرع	ذكور	706	3.55	1.00	-0.94	0.35
	إناث	294	3.61	0.97		
تاثير الاعلام	ذكور	706	3.31	0.75	-0.92	0.36
	إناث	294	3.36	0.72		
حوكمة البنوك	ذكور	706	2.65	0.58	5.18	0.00
	إناث	294	2.44	0.58		

من الجدول (5-14) يتضح بان الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير الجنس، حيث أن قيمة (ت) كانت (-0.98، -1.36، -1.03، -0.94، -0.92، 5.18) وأن جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05) باستثناء مجال حوكمة البنوك، حيث ان المتعاملين الذكور يدركون الحوكمة بشكل افضل

من الإناث، وقد يعزى ذلك إلى أن الذكور يتعاملون مع البنوك الإسلامية أكثر من الإناث، وذلك بسبب طبيعة عملهم وكثرة التزاماتهم المجتمعية.

2. المنطقة

جدول (5-15)

نتائج تحليل التباين الأحادي للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير منطقة السكن

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	1.103	2	.551	.893	.410
	داخل المجموعات	399.697	647	.618		
	المجموع	400.800	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	1.049	2	.525	.720	.487
	داخل المجموعات	471.674	647	.729		
	المجموع	472.724	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	.552	2	.276	.323	.724
	داخل المجموعات	553.730	647	.856		
	المجموع	554.282	649			
التفرع	بين المجموعات	1.235	2	.618	.667	.514
	داخل المجموعات	599.227	647	.926		
	المجموع	600.462	649			
تاثير الاعلام	بين المجموعات	2.239	2	1.120	2.014	.134
	داخل المجموعات	359.665	647	.556		
	المجموع	361.904	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	2.095	2	1.048	3.383	.035
	داخل المجموعات	200.348	647	.310		
	المجموع	202.443	649			

من الجدول (5−15) يتضح بأن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة المتعاملين تبعا للإختلاف في منطقة السكن، حيث أن قيمة (ف) كانت (0.893، 0.720، 0.323، 0.667) وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05)، باستثناء مجال حوكمة البنوك والذي بلغت فيه قيمة ف 3.383 وهي دالة عند مستوى 0.05، وفيما يلي نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية والتي تظهر في الجدول (5−16).

الجدول (5−16)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في الأردن

مكان السكن	العاصمة	الزرقاء	اربد
العاصمة		.07840	.17574*
الزرقاء			.09734
اربد			

من الجدول (5−16) يتضح أن الفروق كانت بين الذين يسكنون في العاصمة من جهة وبين الذين يسكنون في إربد من جهة اخرى، حيث ابدى سكان العاصمة مستوى أعلى لحوكمة البنوك الإسلامية.

ويمكن تفسير ذلك أن البنوك الإسلامية تسعى لإيجاد فروع لها في أماكن مختلفة، لذلك يستطيع العملاء الحصول على الخدمة في كلا المدينتين بسهولة، وعليه فإن متغير منطقة السكن لم يكن له أي تأثير.

2. المهنة

جدول (5-17)

نتائج تحليل التباين للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير المهنة

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	11.869	3	3.956	6.571	.000
	داخل المجموعات	388.931	646	.602		
	المجموع	400.800	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	9.097	3	3.032	4.225	.006
	داخل المجموعات	463.626	646	.718		
	المجموع	472.724	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	7.341	3	2.447	2.890	.035
	داخل المجموعات	546.941	646	.847		
	المجموع	554.282	649			
التفرع	بين المجموعات	8.081	3	2.694	2.937	.033
	داخل المجموعات	592.381	646	.917		
	المجموع	600.462	649			
تاثير الاعلام	بين المجموعات	7.325	3	2.442	4.448	.004
	داخل المجموعات	354.580	646	.549		
	المجموع	361.904	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	.351	3	.117	.374	.772
	داخل المجموعات	202.092	646	.313		
	المجموع	202.443	649			

من الجدول (5-17) يتضح بأن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير المهنة، حيث أن قيمة (ف) كانت

((6.57، 4.22، 2.89، 2.93، 4.44) بالترتيب وهي دالة عند مستوى 0.05 فأقل، اما مجال حوكمة البنوك فقد بلغت قيمة ف له 0.37 وهي ليست دالة عند مستوى 0.05 فأقل. اما المجالات الدالة فقد تم اجراء اختبار شيفيه للمقارنات البعدية والذي تظهر نتائجة بالجدول (5-18).

جدول (5-18)

نتائج إختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمتغير المهنة في الأردن

المحددات	المهنة	موظف قطاع خاص	موظف قطاع عام	أعمال حرة	اخرى
الدافع الديني	موظف قطاع خاص		-.28952-*	-.33706-*	-.47961-*
	موظف قطاع عام			-.04753	-.19009-*
	أعمال حرة				-.14255
	اخرى				
جودة الخدمة البنكية	موظف قطاع خاص		-.24605-*	-.25880-*	-.42123-*
	موظف قطاع عام			-.01275	-.17518
	أعمال حرة				-.16242
	اخرى				
اسعار الخدمة	موظف قطاع خاص		-.08199	-.17218	-.32617-*
	موظف قطاع عام			-.09019	-.24418-*
	أعمال حرة				-.15399
	اخرى				
التفرع	موظف قطاع خاص		-.25806-*	-.29025-*	-

					.39660-*
	موظف قطاع عام			-.03219	-.13855
	أعمال حرة				-.10635
	اخرى				
تاثير الاعلام	موظف قطاع خاص		-.29921-*	-.29968-*	- .36939-*
	موظف قطاع عام			-.00047	-.07018
	أعمال حرة				-.06971
	اخرى				

من الجدول (5-18) يتضح أن الفروق كانت بين موظفي القطاع الخاص من جهة وموظفي القطاع العام والأعمال الحرة والمهن الأخرى من جهة اخرى، في مجالات الدافع الديني وجودة الخدمة، وأسعار الخدمة والتفرع وتأثير الإعلام، حيث أبدى موظفو القطاع الخاص مستوى أقل في جميع المحددات، كما تبين في مجالات الدافع الديني وأسعار الخدمة وجود فروق بين موظفي القطاع العام والمهن الأخرى وذلك لصالح المهن الأخرى.

3. العمر

جدول (5-19)

نتائج تحليل التباين للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير العمر

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	2.666	3	.889	1.442	.229
	داخل المجموعات	398.134	646	.616		
	المجموع	400.800	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	2.843	3	.948	1.303	.273
	داخل المجموعات	469.881	646	.727		
	المجموع	472.724	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	1.595	3	.532	.621	.601

	داخل المجموعات	552.687	646	.856		
	المجموع	554.282	649			
التفرع	بين المجموعات	5.241	3	1.747	1.896	.129
	داخل المجموعات	595.220	646	.921		
	المجموع	600.462	649			
تأثير الاعلام	بين المجموعات	5.879	3	1.960	3.556	.014
	داخل المجموعات	356.026	646	.551		
	المجموع	361.904	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	2.268	3	.756	2.440	.063
	داخل المجموعات	200.175	646	.310		
	المجموع	202.443	649			

من الجدول(5-19) يتضح أن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة المتعاملين تبعا للإختلاف في العمر، حيث أن قيمة (ف) كانت (1.442، 1.303، 0.621، 1.896، 2.440) بالترتيب وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05)، بإستثناء مجال تأثير الإعلام والذي بلغت فيه قيمة ف 3.556 وهي دالة عند مستوى 0.05، وتبين نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية والتي تظهر في الجدول (5-20).

جدول (5-20)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في الأردن

العمر	19-30	31-50	51-60	اكثر من 60 سنة
19-30		-.02067	-.14678	.11850
31-50			-.12611	.13918
51-60				.26529*
اكثر من 60 سنة				

من الجدول (5-20) يتضح بأن الفروق كانت بين الفئة العمرية 51-60 والفئة العمرية اكثر من 60 سنة حيث ابدى أفراد الفئة العمرية 51-60 مستوى أقل لتأثير وسائل الإعلام مقارنة بأفراد الفئة اكثر من 60 سنة.

4. المؤهل العلمي

جدول (5-21)

نتائج تحليل التباين الأحادي للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ت	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	3.026	3	1.009	1.638	.179
	داخل المجموعات	397.774	646	.616		
	المجموع	400.800	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	4.753	3	1.584	2.187	.088
	داخل المجموعات	467.970	646	.724		
	المجموع	472.724	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	6.257	3	2.086	2.458	.062
	داخل المجموعات	548.025	646	.848		
	المجموع	554.282	649			
التفرع	بين المجموعات	3.672	3	1.224	1.325	.265
	داخل المجموعات	596.790	646	.924		
	المجموع	600.462	649			
تاثير الإعلام	بين المجموعات	1.592	3	.531	.951	.415
	داخل المجموعات	360.313	646	.558		
	المجموع	361.904	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	3.893	3	1.298	4.222	.006
	داخل المجموعات	198.550	646	.307		
	المجموع	202.443	649			

من الجدول (5-21) يتضح بأن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في المؤهل العلمي، حيث أن قيمة (ف) كانت (1.63، 2.18، 2.45، 1.32، 0.95) بالترتيب وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05)، باستثناء مجال حوكمة البنوك والذي بلغت فيه قيمة ف 4.22 وهي دالة عند مستوى 0.05، وفيما يلي نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية والتي تظهر في الجدول (5-22).

جدول (5-22)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في الأردن

المؤهل العلمي				
ثانوي أو أقل من ثانوي		-.08978	-.22452-*	-.01807
دبلوم			-.13474	.07171
بكالوريوس				.20645
ماجستير أو دكتوراه				

الدخل الشهري

جدول (5-23)

نتائج تحليل التباين الأحادي للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير الدخل الشهري

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	2.567	3	.856	1.388	.245
	داخل المجموعات	398.233	646	.616		
	المجموع	400.800	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	.962	3	.321	.439	.725
	داخل المجموعات	471.761	646	.730		
	المجموع	472.724	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	1.745	3	.582	.680	.564
	داخل المجموعات	552.537	646	.855		
	المجموع	554.282	649			
التفرع	بين المجموعات	2.754	3	.918	.992	.396
	داخل المجموعات	597.708	646	.925		
	المجموع	600.462	649			
تاثير الاعلام	بين المجموعات	.518	3	.173	.308	.819
	داخل المجموعات	361.387	646	.559		
	المجموع	361.904	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	.718	3	.239	.767	.513
	داخل المجموعات	201.725	646	.312		
	المجموع	202.443	649			

من الجدول (5-23) يتضح أن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن من وجهة المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير الدخل الشهري، حيث أن قيمة (ف) كانت (1.388، 0.439، 0.680، 0.992، 0.308، 0.767) وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05)، لذلك فإنه لايوجد اختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر من وجهة المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير الدخل الشهري.

دولة الجزائر

1.الجنس

جدول (5-24)

نتائج اختبار (ت) للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير الجنس

المحددات	الجنس	العدد	المتوسط	الإنحراف المعياري	ت	الدلالة
الدافع الديني	ذكور	370	3.3902	.89859	.516	.606
	إناث	280	3.3549	.81385		
جودة الخدمة البنكية	ذكور	370	3.5141	.97166	-.544	.586
	إناث	280	3.5543	.87954		
اسعار الخدمة	ذكور	370	3.1766	1.05640	-.254	.800
	إناث	280	3.1970	.96099		
التفرع	ذكور	370	3.5719	1.06059	-.295	.768
	إناث	280	3.5964	1.03577		
تاثير الاعلام	ذكور	370	3.3956	.72095	1.166	.244
	إناث	280	3.3277	.75365		
حوكمة البنوك	ذكور	370	2.2853	.48374	2.038	.042
	إناث	280	2.2081	.46982		

من الجدول (5-24) يتضح بان الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير الجنس، حيث أن قيمة (ت) كانت (0.516، 0.544 ، -0.254، 0.295، 1.166) وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05) باستثناء مجال حوكمة البنوك، حيث ان المتعاملين الذكور يدركون الحوكمة بشكل أفضل من الإناث، وقد يعزى ذلك إلى أن الذكور يتعاملون مع البنوك الإسلامية أكثر من الإناث، وذلك بسبب طبيعة عملهم وكثرة التزاماتهم المجتمعية.

2. المنطقة

جدول (5-25)

نتائج تحليل التباين الأحادي للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير منطقة السكن

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	4.765	2	2.382	3.224	.040
	داخل المجموعات	478.185	647	.739		
	المجموع	482.950	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	3.086	2	1.543	1.778	.170
	داخل المجموعات	561.384	647	.868		
	المجموع	564.470	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	6.239	2	3.120	3.043	.048
	داخل المجموعات	663.283	647	1.025		
	المجموع	669.522	649			
التفرع	بين المجموعات	5.351	2	2.676	2.441	.088
	داخل المجموعات	709.129	647	1.096		
	المجموع	714.480	649			
تاثير الاعلام	بين المجموعات	2.215	2	1.108	2.055	.129
	داخل المجموعات	348.783	647	.539		
	المجموع	350.998	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	.517	2	.259	1.128	.324
	داخل المجموعات	148.361	647	.229		
	المجموع	148.879	649			

من الجدول (5-25) يتضح أن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة المتعاملين تبعا للإختلاف في منطقة السكن، حيث أن قيمة (ف) كانت

(3.224، 1.778، 3.043، 2.441، 2.055، 1.128) وأن جميـع القـيم لـم تبلـغ مسـتوى (0.05)، باستثناء مجالي الدافع الديني، واسعار الخدمة والتي بلغت قيمة (ف) لهما مستوى الدلالة عند مستوى 0.05، وفيما يلي نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية والتي تظهر في الجدول (5-26).

جدول (5-26)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في الجزائر

	مكان السكن	الجزائر العاصمة	وهران	قسطنينه
الدافع الديني	الجزائر العاصمة		-.21407-*	-.11554
	وهران			.09854
	قسطنينة			
اسعار الخدمة	الجزائر العاصمة		-.21763-*	-.28521
	وهران			-.06759
	قسطنينة			

من الجدول (5-26) يتضح أن الفروق كانت بين الذين يسكنون في العاصمة من جهة الذين يسكنون في وهران من جهة اخرى، حيث أبدى سكان العاصمة مستوى أقل للدافع الديني واسعار الخدمة.

3. المهنة

جدول (5-27)

نتائج تحليل التباين للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير المهنة

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	1.052	3	0.351	0.47	0.703
	داخل المجموعات	481.897	646	0.746		
	المجموع	482.95	649			
جودة الخدمة	بين المجموعات	2.836	3	0.945	1.087	0.354

البنكية	داخل المجموعات	561.634	646	0.869		
	المجموع	564.47	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	2.69	3	0.897	0.869	0.457
	داخل المجموعات	666.832	646	1.032		
	المجموع	669.522	649			
التفرع	بين المجموعات	2.047	3	0.682	0.619	0.603
	داخل المجموعات	712.433	646	1.103		
	المجموع	714.48	649			
تاثير الاعلام	بين المجموعات	3.863	3	1.288	2.396	0.067
	داخل المجموعات	347.135	646	0.537		
	المجموع	350.998	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	1.899	3	0.633	2.782	0.04
	داخل المجموعات	146.979	646	0.228		
	المجموع	148.879	649			

من الجدول (5-27) يتضح أن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تبعا لإختلاف متغير المهنة، حيث أن قيمة (ف) كانت (47، 1.08، 0.86، 0.619، 2.39،) بالترتيب وهي دالة عند مستوى 0.05 فأقل، اما مجال حوكمة البنوك فقد بلغت قيمة ف له 2.78 وهي دالة عند مستوى 0.05 فأقل. وقد تم اجراء اختبار شيفيه للمقارنات البعدية للمتغير المذكور.

جدول (5-28)

اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمتغير المهنة في الجزائر

المحددات	المهنة	موظف قطاع خاص	موظف قطاع عام	أعمال حرة	اخرى
حوكمة البنوك	موظف قطاع خاص		.13390*	.12897*	.17161*
	موظف قطاع عام			-.00493	.03771
	أعمال حرة				.04264
	اخرى				

من الجدول (5-28) يتضح بأن الفروق كانت بين موظفي القطاع الخاص من جهة وموظفو القطاع العام والأعمال الحرة والمهن الأخرى من جهة أخرى على مجال حوكمة البنوك، حيث ابدى موظفو القطاع الخاص مستوى أعلى تجاه حوكمة البنوك.

4. العمر

جدول (5-29)

نتائج تحليل التباين للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير العمر

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	3.835	3	1.278	1.723	0.161
	داخل المجموعات	479.115	646	0.742		
	المجموع	482.95	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	3.988	3	1.329	1.532	0.205
	داخل المجموعات	560.482	646	0.868		
	المجموع	564.47	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	12.764	3	4.255	4.185	0.006
	داخل المجموعات	656.759	646	1.017		
	المجموع	669.522	649			
التفرع	بين المجموعات	8.688	3	2.896	2.651	0.048
	داخل المجموعات	705.792	646	1.093		

	المجموع	714.48	649			
تاثير الإعلام	بين المجموعات	2.359	3	0.786	1.457	0.225
	داخل المجموعات	348.639	646	0.54		
	المجموع	350.998	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	2.751	3	0.917	4.054	0.007
	داخل المجموعات	146.127	646	0.226		
	المجموع	148.879	649			

من الجدول (5-29) يتضح بأن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير العمر، حيث أن قيمة (ف) كانت (1.723، 1.532، 4.185، 2.651، 1.457، 4.054) بالترتيب وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05)، باستثناء مجالات اسعار الخدمة، والتفرع ، والحوكمة ، وفيما يلي نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية والتي تظهر في الجدول (5-30)

جدول (5-30)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية في الجزائر

	العمر	**30-19**	**50-31**	**60-51**	**اكثر من 60 سنة**
اسعار الخدمة	30-19		-.25534	.00560	-.29036-*
	50-31			.26094*	-.03502
	60-51				-.29596-*
	اكثر من 60 سنة				
التفرع	30-19		-.20532	-.14107	-.33537-*
	50-31			.06425	-.13005
	60-51				-.19430
	اكثر من 60 سنة				
الحوكمة	30-19		-.16482-*	-.14445-*	-.19900-*
	50-31			.02036	-.03419
	60-51				-.05455
	اكثر من 60 سنة				

5. المؤهل العلمي

جدول (5-31)

نتائج تحليل التباين الأحادي للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير المؤهل العلمي

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	3.459	3	1.153	1.553	.200
	داخل المجموعات	479.491	646	.742		
	المجموع	482.950	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	3.191	3	1.064	1.224	.300
	داخل المجموعات	561.279	646	.869		
	المجموع	564.470	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	3.068	3	1.023	.991	.396
	داخل المجموعات	666.455	646	1.032		
	المجموع	669.522	649			
التفرع	بين المجموعات	6.130	3	2.043	1.864	.134
	داخل المجموعات	708.350	646	1.097		
	المجموع	714.480	649			
تاثير الاعلام	بين المجموعات	1.689	3	.563	1.041	.374
	داخل المجموعات	349.309	646	.541		
	المجموع	350.998	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	.027	3	.009	.039	.990
	داخل المجموعات	148.851	646	.230		
	المجموع	148.879	649			

من الجدول (5-31) يتضح أن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير المؤهل العلمي، حيث أن قيمة (ف) كانت (1.553، 1.224، 0.991، 1.864، 1.041، 0.039) بالترتيب وان جميع القيم لم تبلغ مستوى (0.05) لذا لا يوجد اختلاف تبعا لمتغير المؤهل العلمي.

6. الدخل الشهري

جدول (5-32)

نتائج تحليل التباين الأحادي للإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تعزى لمتغير الدخل الشهري

المحددات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	ف	الدلالة
الدافع الديني	بين المجموعات	13.647	3	4.549	6.262	0
	داخل المجموعات	469.303	646	0.726		
	المجموع	482.95	649			
جودة الخدمة البنكية	بين المجموعات	10.922	3	3.641	4.249	0.006
	داخل المجموعات	553.548	646	0.857		
	المجموع	564.47	649			
اسعار الخدمة	بين المجموعات	18.573	3	6.191	6.144	0
	داخل المجموعات	650.949	646	1.008		
	المجموع	669.522	649			
التفرع	بين المجموعات	14.582	3	4.861	4.486	0.004
	داخل المجموعات	699.898	646	1.083		
	المجموع	714.48	649			
تاثير الاعلام	بين المجموعات	5.778	3	1.926	3.604	0.013
	داخل المجموعات	345.221	646	0.534		
	المجموع	350.998	649			
حوكمة البنوك	بين المجموعات	2.547	3	0.849	3.748	0.011
	داخل المجموعات	146.332	646	0.227		
	المجموع	148.879	649			

من الجدول (5-32) يتضح أن الإختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر من وجهة نظر المتعاملين تبعا للإختلاف في متغير الدخل الشهري، حيث أن قيمة (ف) كانت (6.26 ، 4.24، 4.48، ، 3.60، 3.74) وان جميع القيم بلغت مستوى (0.05)، وعليه فإن هناك اختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر تبعا للإختلاف في متغير الدخل الشهري ويبين الجدول (5-33) نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية.

جدول (5-33)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية تبعاً لمتغير الدخل الشهري في الجزائر

المحددات	الدخل	أقل من 18000 دينار	18001 - 30000	30001 - 100000	100001- فاكثر
الدافع الديني	أقل من 18000 دينار		-.02265	-.33720-*	-.58492-*
	18001 -30000			-.31456-*	-.56227-*
	30001 -100000				-.24772
	100001- فاكثر				
جودة الخدمة البنكية	أقل من 18000 دينار		.02896	-.28860-*	-.51460-*
	18001 -30000			-.31756-*	-.54356-*
	30001 -100000				-.22600
	100001- فأكثر				
أسعار الخدمة	أقل من 18000 دينار		.03296	-.16908	-.80378-*
	18001 -30000			-.20204	-.83674-*
	30001 -100000				-.63470-*
	100001- فأكثر				
التفرع	أقل من 18000 دينار		.02851	-.25468	-.66208-*
	18001 -30000			-.28319	-.69060-*
	30001 -100000				-.40741
	100001- فأكثر				
تاثير الإعلام	أقل من 18000 دينار		-.01950	-.16212	-.42800-*
	18001 -30000			-.14263	-.40850-*
	30001 -100000				-.26587
	100001- فأكثر				
حوكمة البنوك	أقل من 18000 دينار		.03773	-.17750-*	-.17245
	18001 -30000			-.21523-*	-.21018-*
	30001 -100000				.00505
	100001- فأكثر				

جدول (5-34)

الفروق في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية تبعا لمتغير الدولة

الدولة		العدد	المتوسط	الإنحراف المعياري	ت	الدلالة
الدافع الديني	الأردن	650	3.37	0.79	0.08	0.94
	الجزائر	506	3.37	0.86	0.08	0.94
جودة الخدمة البنكية	الأردن	650	3.51	0.85	-0.30	0.77
	الجزائر	506	3.53	0.93	-0.29	0.77
أسعار الخدمة	الأردن	650	3.25	0.92	0.95	0.34
	الجزائر	506	3.19	1.02	0.92	0.36
التفرع	الأردن	650	3.56	0.96	-0.34	0.73
	الجزائر	506	3.58	1.05	-0.33	0.74
تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية	الأردن	650	3.31	0.75	-1.15	0.25
	الجزائر	506	3.37	0.73	-1.15	0.25
حوكمة البنوك الإسلامية	الأردن	650	2.77	0.56	14.85	0.00
	الجزائر	506	2.25	0.48	15.54	0.00

من الجدول (5-34) يتضح أن الفروق لم تبلغ مستوى الدلالة الإحصائية لجميع أبعاد محددات التعامل مع البنوك الإسلامية تبعا لمتغير الدولة، باستثناء محدد حوكمة البنوك الإسلامية والتي بلغت قيمة ت لها 14.85 وهي دالة عند مستوى 0.05 فأقل، وهذا من شأنه الإشارة إلى أن المتعاملين في الأردن يتأثرون بالحوكمة اكثر من عملاء البنوك في الجزائر.

***هل هناك رضا من العملاء على سياسات البنك الإسلامي؟"**

ويمكن الإجابة عن هذا التساؤل من خلال الفرضية الرئيسة الثالثة التي تقول:-

هل يوجد هناك علاقة بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية.

وللإجابة عن هذه الفرضية تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية والجدول (5-35) يبين نتائج ذلك.

جدول (5-35)

معامل ارتباط بيرسون بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية.

المجال	الارتباط	الدلالة
الدافع الديني	0.49	0.05
جودة الخدمة البنكية	0.55	0.05
أسعار الخدمة	0.41	0.05
التفرع	0.43	0.05
تأثير الإعلام	0.50	0.05
حوكمة البنوك	0.44	0.05

من الجدول (5-35) يتضح أن هناك ارتباطاً بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية، حيث بلغت معاملات الإرتباط (0.49، 0.55، 0.41، 0.43، 0.50، 0.44)، وان جميع هذه المعاملات دالة عند مستوى 0.05 فأقل، لذا هناك ارتباط بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية، ويمكن تفسير ذلك بأن عدم تعامل البنوك الإسلامية بمبدأ الربا وتقديم صور متعددة للتعاملات الإسلامية كالمشاركة والمرابحة والسلم وغيرها يعد أمراً هاماً في تحقيق الرضا لدى المتعاملين، فالشعور بالرضا هو دافع داخلي وله أهمية واضحة في تحديد اتجاهات الأفراد نحو هذه البنوك، والبنوك الإسلامية يمكن أن تحقق ذلك من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية، وتسعيرها بما يتلاءم مع قدرات الأفراد، وزيادة عدد الفروع لتقليل الكلفة والوقت والجهد على المتعاملين، وزيادة وعي أفراد المجتمع بأهمية التعاملات الدينية، لذلك كانت هناك علاقة إيجابية بين رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية.

وفيما يلي مقارنة بين كل من المملكة الأردنية الهاشمية ودولة الجزائر في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية.

جدول (5-36)

مقارنة بين كل من المملكة الأردنية الهاشمية ودولة الجزائر في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية.

محددات التعامل	الأردن	الجزائر
الدافع الديني	بدرجة متوسطة	بدرجة مرتفعة
جودة الخدمة البنكية	بدرجة متوسطة	بدرجة متوسطة
أسعار الخدمة	بدرجة متوسطة	بدرجة متوسطة
التفرع	بدرجة متوسطة	بدرجة مرتفعة
تاثير الاعلام	بدرجة مرتفعة	بدرجة متوسطة
حوكمة البنوك	بدرجة مرتفعة	بدرجة منخفضة

وتجد الباحثة من خلال الجدول السابق أن دوافع التعامل مع البنوك الإسلامية في كل من الأردن والجزائر كانت نفسها، إذ جاءت بدرجة متوسطة بالنسبة للعامل الديني وجودة الخدمة وأسعار الخدمة والتفرع وتأثير العائلة والأصدقاء، إلا في مجال الحوكمة، إذ كانت بالنسبة للمتعاملين في الأردن بدرجة متوسطة، وبالنسبة للمتعاملين في الجزائر بدرجة منخفضة، مما يبين أن أفراد العينة في الجزائر لا يدركون الحوكمة كما يدركها أفراد العينة في الأردن.

5-3 خاتمة:

فيما سبق تم تحليل نموذج الدراسة وذلك لتحديد نتائج كل متغير من المتغيرات وصولاً للفصل السادس الذي يستعرض خلاصة للنتائج والتي بينت أن الإختلاف بين أفراد عينة الدراسة كان في متغير الحوكمة كما سيتضمن الفصل الأخير عرضاً لأهم التوصيات والإشارة لبعض الدراسات المقترحة .

الفصل السادس

النتائج والتوصيات

6-1 مقدمة

6-2 ملخص نتائج الدراسة

6-3 التوصيات

6-4 دراسات مقترحة

الفصل السادس

النتائج والتوصيات

6-1 مقدمة

تستعرض الباحثة فيما يلي تلخيصاً لنتائج الدراسة وعرضاً لأبرز التوصيات:

6-2 ملخص نتائج الدراسة

من خلال نتائج الدراسة التي قامت بها الباحثة والتي تتعلق بمتغيرات الدراسة توصلت إلى ما يلي:

1. أن محددات التعامل من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية في الأردن تبعاً للمتغيرات:- الدافع الديني، وجودة الخدمة، وأسعار الخدمة، والتفرع، وتأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع، والحوكمة كانت بدرجة متوسطة.
2. أن محددات التعامل من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية في الجزائر تبعاً لمتغير الدافع الديني، وجودة الخدمة، وأسعار الخدمة، والتفرع، وتأثير وسائل الإعلام كانت بدرجة متوسطة، أما بالنسبة للحوكمة فكانت بدرجة منخفضة.
3. عدم وجود إختلاف في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن تبعاً للإختلاف في متغير الجنس والدخل الشهري.
4. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الأردن تبعاً لمتغير المنطقة لصالح سكان العاصمة، وتبعاً لمتغير المهنة لصالح المهن الأخرى وتبعاً لمتغير العمر لصالح أفراد الفئة العمرية أكثر من (60) سنة، وتبعاً لمتغير المؤهل العلمي

لصالح فئة البكالوريوس.

5. عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية من وجهة نظر المتعاملين في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر تبعاً لمتغيري الجنس والمؤهل العلمي.

6. وجود فروق ذات دلالة إحصائية في محددات التعامل مع البنوك الإسلامية في الجزائر تبعاً لمتغير المنطقة لصالح العاصمة الجزائرية، وتبعاً لمتغير المهنة لصالح موظفي القطاع الخاص، وتبعاً لمتغير العمر لصالح فئة (51 -60) سنة، وتبعاً لمتغير الدخل الشهري لصالح فئة أقل من 18000 دينار.

7. وجود ارتباط بين درجة رضا العملاء والسياسات التي تتبعها البنوك الإسلامية في كل من الأردن والجزائر.

6-3 التوصيات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة فإن الباحثة توصي بما يلي:-

1. ضرورة تعزيز البنى المؤسساتية وصياغة الاطارات التشريعية والتنظيمية والرقابية ورفع مستوى الوعي لدى الأفراد والهيئات من أجل توفير المناخ الملائم لنمو الصناعة المالية الإسلامية في الوسط الجزائري.

2. تفعيل دور وسائل الإعلام بما يقلل من أثر التيارات الفكرية المختلفة في توجيهها، وذلك بما ينسجم مع عادات وأعراف وتقاليد المجتمع العربي الإسلامي، وبما يزيد من وعي الأفراد للتعامل مع البنوك الإسلامية. وذلك لأن وسائل الإعلام الجزائرية مغيبة ولا تقوم بدورها الفاعل في تنمية الجانب التثقيفي الديني لدى الأفراد، كما أن التيار الفرانكوفوني ما زال يبدي معارضة شديدة لصور التعاملات الإسلامية.

3. ضرورة الإهتمام بتكوين وتأهيل كوادر بشرية قادرة على العمل لتطوير وتحسين أداء البنوك الإسلامية بما يتماشى وأحكام الشريعة الإسلامية.

4. أن تعمل البنوك الإسلامية على تطوير تشريعاتها وقوانينها لضمان مستوى جودة عالٍ من الخدمات المقدمة.

5. أن تعمل الحكومة الجزائرية على تطوير عمل البنوك الإسلامية من خلال تقديم التسهيلات الكافية ووضع التشريعات المناسبة التي تكفل قيام هذه البنوك بأداء مهماتها بكل كفاءة، بحيث تكون منافسة للبنوك الأجنبية التي تلقى عناية واضحة من الحكومة الجزائرية، وذلك من شأنه أن يسهم في إحداث طفرة حقيقية في الإقتصاد الجزائري سواء في الإدخار المحلي أو من خلال توفير المناخ المناسب في الإستثمارات.

6. ضرورة التشديد على قواعد وأصول الشريعة بالنسبة لصناعة الصيرفة الإسلامية، الأمر الذي يسهم في إنجاح هذه الصناعة التي تعد الحل الوحيد لمشاكل العالم، خاصة بعدما وقف العالم على نتيجة الرأس مالية والشيوعية والكوارث التي سببها النظامان، في حين لا يوجد بنك إسلامي واحد انهار أو أفلس.

7. أن تستفيد البنوك من نتائج الدراسات والأبحاث التي بينت أهمية الإنتباه للمحددات السلوكية والتي تزيد من إقبال الأفراد على التعامل مع البنوك الإسلامية، وبما يساهم في التصدي للمنافسة من طرف البنوك التقليدية.

8. إعادة النظر في هيكلة الإدارة التمويلية للبنوك الإسلامية وذلك من خلال الإعتماد على نظام التخصص في الإدارات بحيث يكون لكل أسلوب من أساليب التمويل الإسلامية إدارة خاصة به، كإدارة خاصة بالمرابحة، إدارة خاصة بالمشاركة.

9. السعي إلى سن قانون خاص بالبنوك الإسلامية في الدول ذات القانون الموحد بما يعزز التعاملات المصرفية الإسلامية.

10. بالرغم من التطور الذي وصلت إليه الصناعة المصرفية في العالم، إلا أن التجربة ما زالت حديثة في الجزائر، لأننا لم نتعلم في نظام التدريس ثقافة التعاملات المصرفية والمعاملات في النشاط الإقتصادي، مما يتطلب إعادة النظر في المناهج الدرأسية ونظم التدريس المتبعة في الدولة، كما أن على الدولة الجزائرية تقليل نسبة سيطرتها واستحواذها على البنوك مما يعزز الفرصة لدى البنوك الإسلامية لزيادة عدد فروعها في الجزائر.

4-6 دراسات مقترحة

في ضوء التوصيات تقترح الباحثة إجراء الدراسات التالية:

1. رقابة البنوك المركزية على البنوك الإسلامية الواقع والإشكالات.
2. المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك التجارية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب

- اتحاد المصارف العربية (2002)، **إدارة الأصول ومخاطر التمويل في العمل المصرفي التقليدي والإسلامي.**
- النجار، أحمد عبد العزيز (وآخرون) (1978)، **100 سؤال و(100) جواب حول البنوك الإسلامية**، الإتحاد الدولي للبنوك الإسلامية، الطبعة الأولى، القاهرة
- حمود، سامي حسن (1982)، **تطوير الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة الإسلامية**، الطبعة الثانية، عمان، الأردن
- الخضيري، محسن أحمد (1990)، **البنوك الإسلامية**، الطبعة الأولى، دار الحرية، القاهرة
- صوان، محمود (2013)، **أساسيات العمل المصرفي الإسلامي**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الطيار، عبد الله بن محمد (1988)، **البنوك الإسلامية بين النظرية والتطبيق**، نادي القصيم الأدبي بجريدة هبا، السعودية
- العجلوني، محمد محمود (2012)، **البنوك الإسلامية، أحكامها – مبادئها – تطبيقاتها المصرفية**، دار السيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن
- عريقات، حربي، وعقل، سعيد (2012)، **إدارة البنوك الإسلامية**، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

- مبارك، عبد المنعم محمد، ويونس ،محمود: **اقتصاديات النقود والصيرفة والتجارة الدولية**، الدار الجامعية، الإسكندرية، 1996، ص173.

ثانيا: الرسائل الجامعية والدوريات

- بشير، محمد حمود (2013)، **محددات اختيار البنوك الإسلامية من وجهة نظر العاملين الأفراد مع البنوك الإسلامية في دولة الكويت**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن
- الحموري، قاسم والخطيب، فوزي (1990)، المحددات السلوكية لتقييم سياسات البنوك الإسلامية في الأردن، **مجلة أبحاث اليرموك، سلسلة العلوم الإجتماعية والانسانية** 6 (3) ص ص 55-77.
- خبابة، عبد الله (2012)، **إشكالية الأخذ بنظام البنوك الشاملة في الجهاز المصرفي الجزائري**، كلية الإقتصاد والتجارة والتسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر.
- الخولي، حسن أحمد (2002)، أخطار البنوك من منظور تأميني، **مجلة أبحاث اليرموك**، العدد 12، الأردن.
- الدماغ، زياد جلال (2006)، **إطار مقترح لتطوير السياسة التمويلية لدعم عمليات التمويل في المصارف الإسلامية، "دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية الفلسطينية "**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين
- الزحيلي، محمد (1998)، البنوك الإسلامية، **مجلة الإقتصاد الإسلامي**، عدد 198، ص 148، دار المكتبي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق.

- سلامة، راشد (2002)، دراسة ميدانية مقارنة لدوافع التعامل مع البنوك التجارية والإسلامية، **مجلة البصائر**، جامعة البتراء، المجلد6، العدد2، ص ص 12-42.
- شعشاعة، حاتم (2005)، **قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود من وجهة نظر العملاء**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- عبدو، عيشوش (2008)، **تسويق الخدمات المصرفية في الجزائر (دراسة حالة) رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر.

ثالثا: المؤتمرات وأوراق العمل

- اتحاد المصارف العربية (2012)، العدد (383) أكتوبر، ص3، union of arab bank magazine.
- زنكري، ميلود ورحيم، حسين، (2013)، الصناعة المصرفية الإسلامية في دول المغرب العربي الواقع والتحديات وسبل التطوير، **المؤتمر العلمي التاسع، الوضع الإقتصادي العربي وخيارات المستقبل**، الفترة 24-25 نيسان، جامعة الزرقاء، ص1.
- ناصر، سليمان (2005)، النظام المصرفي الجزائري وتحديات العولمة، بحث مقدم إلى الملتقى الدولي حول الإصلاحات الإقتصادية في ظل العولمة واقع وتحديات، **الجمعية الإقتصادية للوطنيين الجزائريين**، الحامة، الجزائر، في الفترة من 11-2005/6/12، ص ص 2،1.

المواقع الالكترونية:

- الموقع الرسمي لبنك البركة http://www.albaraka-bank.com
- الموقع الرسمي لبنك السلام http://www.alsalamalgeria.com/
- موقع البنك المركزي الأردني http://www.cbj.gov.jo
- موقع البنك المركزي الجزائري http://www.bank-of-algeria.dz

قائمة المراجع الأجنبية:

- Abdullah, A, Sidek, R and Adnan, A, (2012) **Perception of Non-Muslim Customers Towards Islamic Banks in Malaysia, International Journal of Business and Social Science**, Vol 3, No 11, PP 151-163.
- Dusuki, Asyraf, and Abdullah, Nurdianawati (2006) "**Why Do Malaysian Customers Patronize Islamic Banks?" International Journal of Bank Marketing**, Vol 25, No 3, PP 142-160, 2007.
- Echchabi, A , Abd.Aziz, H (2012) **Empirical Investigation of Customers "Perception and Adoption Towards Islamic Banking Services in Morocco**", Middle East Journal of Scientific Research 12(6), PP 849-858.
- Erol, Ceniq and El-Bdour, Radi, "**Behavioral Attitudes and Patronage Factors of Bank Customers Toward Islamic Banks: An Empirical Investigation", Paper Presented to The First Economic Conference,** Yarmouk University, Irbid, Jordan, 1988, P 1-29.

- Haque, A., Osman, J., and Hj Ismail, A. Z. (2009), "**Factor Influences Selection of Islamic Banking: A Study on Malaysian Customer Preferences**", American Journal of Applied Sciences 6 (5): 922-928.
- Imtiaz, N, Murtaza, A, ABbas, M, and Hayat, K (2013) **Factors Affecting The Individuals Behavior Towards Islamic Banking in Pakistan: An Empirical Study "Educational Research International**, vol 1, No 2, PP 106-111.
- Ramdhony, Dineshwar (2013) **Islamic Banking Awareness Attitudes and Bank Selection Criteria, International Journal of Humanities and Applied Sciences**, Vol 2, No 2, 2013.
- Iqbal. M. and Molyneux, P (2005), **Thirty Years of Islamic Banking: History, Performance and Prospect**", **New York**, NY: Palgrave, Macmillan.
- Joffe, G (2002) **The Role of Violence Within the Algerian Economy, Journal on North African Studies**, (07) 01: 01-20.
- Khattak, N and Ur Rehman, k (2010) **Customer Satisfaction and Awareness of Islamic Banking System In Pakistan, African Journal of Business Management**, vol 4, No 5, PP 662-671.
- Kottler, p., and Keller, K.L, (2006) **"Marketing Managament", 12th Edition**, New Jersy, Pearson Prentice Hall.
- Mark Loo (2013) **Attitudes and Perceptions Towards Islamic Banking Among Muslims And non-Muslims in Malaysia: Implications for**

Marketing To Baby Boomers X-Generation International Journal of Arts and Sciences, Vol 3, No 13, PP 435-485,

- Nguyen, N., and Leblanc, G. (2002) **"Contact Personnel, Physical Environment and the Perceived Corporate Image of Intangible Services by new Clients",** International Journal of Service Industry Management, Vol 12, ISS, P. 242-262.
- Osman, I., Ali, Zainuddin, A., and Rashid, W., (2009), "**Customers Satisfaction in Malaysian Islamic Banking**" **International Journal of Economics and Finance**, Vol 1, No 1, PP 197-202.
- Rashid, M and Hassan, M (2009) **Customer Demographics Affecting Bank Selection Criteria, Preference, and Market Segmentation: Study in Bangladesh, International Journal of Business and Management**, Vol 4, No 1, PP 131-145.
- Schlesinger, L.A., Heskett, J.L. (1991). **Breaking the Cycle of Failure in Services**. ***Sloan Management Review,*** 32 (3), 17-28.
- Selamat, Z and Abdul-kadir (2012) **Attitudes and Patronage Factors of Bank Customers in Malaysia: Muslim and Non-Muslim by vs, Journal of Islamic Economics, Banking and Finance**, Vol 8, No 4, PP 87-99.
- Zahid Ul-Haq et al, (2011) **Perception of Corporate Customers Towards Islamic Banking Products and Services in Pakistan, The Romanian Economic Journal**, Vol XIV, No 41, September 2011.
- Zeithaml, V. A. and Bitner, MJ. (1996) **"Services Marketing" The Mc Graw-Hill Companies**, New York.

الملاحق

ملحق رقم (1)

إستبانة الأردن

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيزي/ عزيزتي .... المحترم (ة)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان: المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك الإسلامية دراسة مقارنة بين الأردن والجزائر، وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية من جامعة اليرموك.

لذا نرجو تعاونكم والإجابة عن أسئلة الإستبانة بدقة وموضوعية علما بأن جميع البيانات سوف يتم التعامل معها بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول الاحترام والتقدير

الباحثة

أحلام عزوق

e-mail: azzougahlem@yahoo.fr

يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة الصحيحة:

المتغيرات الديموغرافية (المعلومات العامة):

1. الجنس

☐ ذكر ☐ أنثى

2. المنطقة:

☐ العاصمة عمان ☐ الزرقاء..........

☐ اربد ☐ أخرى..........

3. المهنة:

☐ موظف قطاع خاص ☐ موظف قطاع عام

☐ أعمال حرة ☐ أخرى

4. العمر:

☐ من 19–30 سنة ☐ من 31–50 سنة

☐ 51–60 سنة ☐ أكثر من 60 سنة

5. المؤهل العلمي:

☐ ثانوي أو أقل من ثانوي ☐ دبلوم

☐ بكالوريوس ☐ ماجستير أو دكتوراه

6. الدخل الشهري:

☐ أقل من 300 دينار ☐ 301–800 دينار

☐ 801–2000 دينار ☐ 2001 دينار فأكثر

يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة التي تراها مناسبة:

السؤال الأول: ما هي درجة موافقتكم على العبارات التالية فيما يتعلق بالدافع الديني ومدى تأثيره على التعامل مع البنوك الإسلامية.

الجزء الثاني: فقرات الإستبانة

وضع إشارة (√) أمام كل عبارة لبيان مدى انطباقها عليك وفق درجات المقياس إلى يسار الصفحة.

الدافع الديني

رقم السؤال	السؤال	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
.1	أجد أن ما أحصل عليه من خدمات في البنوك الإسلامية يتوافق مع التعاليم الدينية.					
.2	ما يدفعني للتعامل مع البنوك الإسلامية عدم تعاملها بالربا.					
.3	أرى أن النظام البنكي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية.					
.4	أحاول دوماً أن أربط بين ثقافتي الدينية وما تطرحه البنوك الإسلامية من صور استثمارية كالمرابحة والاستصناع والسلم وغيرها للتعامل مع المتعاملين.					
.5	توجد ضرورة لتوفر ثقة كبيرة لدى العميل من لجنة الإفتاء بخصوص العروض المقدمة من البنوك الإسلامية.					

.6	يتعامل غير المسلمين مع البنوك الإسلامية لما توفره لهم من طمأنينة في التعامل فوائد جمة تعود عليهم من خلال تعاملهم مع البنوك الإسلامية.					
.7	يرى الكثير من العملاء أن البنوك الإسلامية هي البديل الأمثل في ظل ما تواجهه البنوك التجارية من مخاطر وتعثر بنكي.					
.8	أرى أن مبدأ المشاركة في الربح هو البديل والذي يجب أن يحل محل مبدأ الربا في عمليات النظام البنكي.					
.9	تزداد رغبتي الدينية في التعاملات مع البنوك الإسلامية بسبب البركة في المال التي أجنيها من هذه التعاملات.					
.10	تعتمد البنوك الإسلامية على الوازع الديني في جذب الإستثمارات.					
.11	أجد أن تعاملي مع البنوك الإسلامية تدفعني لدفع الزكاة في وقتها.					

جودة الخدمة البنكية:

رقم السؤال	السؤال	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
.12	يوفر البنك الإسلامي خدمة E-banking and ATM للعملاء.					
.13	يوفر البنك الإسلامي وسائل الراحة للعملاء داخل الفروع.					
.14	يهتم البنك الإسلامي بالمظهر وجودة التصميم الداخلي.					
.15	يقدم البنك الإسلامي خدمات مميزة سريعة وفورية للعملاء.					

.16	يتم وضع مصلحة العملاء في أعلى سلم الأولويات في البنوك الإسلامية.					
.17	يوفر البنك الإسلامي خدمات متجددة مواكبة لمتطلبات العصر.					
.18	يوفي البنك الإسلامي بوعوده للعملاء في الوقت المحدد.					
.19	يمكن الاعتماد على البنك الإسلامي في أداء الخدمة.					
.20	تطور البنوك الإسلامية خدماتها البنكية لأرضاء العملاء.					
.21	يتميز موظفو البنك الإسلامي بالمظهر الجذاب والأنيق.					
.22	يلم موظفو البنك الإسلامي جيداً بأساسيات العمل البنكي.					
.23	يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم.					
.24	يوفر البنك الإسلامي العدد الكافي من الموظفين لانجاز معاملات العملاء.					
.25	تزداد ثقتي في البنك الإسلامي نتيجة المعرفة والخبرة والسلوك المميز للموظفين					
أسعار الخدمة						
رقم السؤال	**السؤال**	**دائماً**	**غالباً**	**لا أدري**	**أحياناً**	**أبداً**
.26	تقدم البنوك الإسلامية أسعار مناسبة تلائم جميع العملاء.					
.27	يوجد رضا لدى عملاء البنوك الإسلامية لتحسينها أسعار خدماتها باستمرار.					
.28	تدرس البنوك الإسلامية شكاوى العملاء المتعلقة بأسعار الخدمة البنكية.					

.29	توجد دائرة خاصة في البنوك الإسلامية لتسعير الخدمات البنكية.					
.30	يراعى عند تسعير الخدمات البنكية في البنك الإسلامي الأسعار التي تقدمها البنوك المنافسة.					
.31	تراقب البنوك الإسلامية باستمرار ما تطرحه من أسعار خدمة للعملاء.					

التفرع

رقم السؤال	السؤال	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
.32	توجد فروع كثيرة للبنوك الإسلامية تخفف مشقة العملاء بسبب قربها من مكان سكنهم.					
.33	يراعى عند اختيار الفروع الجديدة للبنوك الإسلامية وجود الكثافة السكانية المرتفعة.					
.34	تتوفر في البنوك الإسلامية لجان خاصة لإيجاد فروع جديدة بعد دراسة المناطق الأنسب للعملاء.					
.35	تنظر الإدارة في البنوك الإسلامية باهتمام لشكاوى العملاء فيما يتعلق بقرب أو بعد البنك عن مناطق سكنهم.					
.36	يتم دراسة الأماكن التي يمكن وضع فروع للبنك الإسلامي فيها بعد أخذ رأي العملاء.					

.37	يراعى عند وضع فروع جديدة للبنوك الإسلامية أن تكون متسعة وقادرة على تقديم خدمات مميزة.					
تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية:						
رقم السؤال	**السؤال**	**موافق بشدة**	**موافق**	**محايد**	**غير موافق**	**غير موافق بشدة**
.38	أجد أن نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار التعامل مع البنك الإسلامي.					
.39	يتناول الكثير من العملاء الحديث عن الخدمات المميزة التي يقدمها البنك الإسلامي.					
.40	يساعدني أصدقائي في اختيار الخدمات الجديدة المميزة التي تقدمها البنوك الإسلامية					
.41	يوجد لدى الأهل حسابات في البنوك الإسلامية مما شجعني من التعامل معها.					
.42	تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في الترويج لما تقدمه البنوك الإسلامية من خدمات.					
.43	تستغل البنوك الإسلامية وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة للتسويق لخدماتها البنكية.					
.44	توجد اتجاهات ايجابية لدى أفراد المجتمع للتعامل مع البنوك الإسلامية.					
.45	تسود ثقافة في المجتمع بضرورة التعامل مع البنوك الإسلامية لأنها البديل الإسلامي الذي يلبي طموحاتهم.					

حوكمة البنوك الإسلامية:

رقم السؤال	السؤال	مهم جداً	مهم	محايد	غير مهم	غير مهم اطلاقاً
.46	يوجد نظام محاسبي في البنك الإسلامي يتفق مع المعايير العالمية في المحاسبة.					
.47	يقوم البنك بالإفصاح عن المعلومات المحاسبية ضمن نشرات شهرية.					
.48	يتم تحديث النظام المحاسبي في البنك كلما دعت الحاجة إلى ذلك.					
.49	سبب اختياري للبنك الإسلامي هو ثقتي في صدق إدارة حساباتي.					
.50	يؤمن النظام المحاسبي في البنك الإسلامي البيانات التي اطلبها بمصداقية وسرية.					
.51	يفصح النظام المحاسبي في البنك الإسلامي عن كافة المعلومات التي اطلبها.					
.52	تنسجم المعالجات الحسابية للقوائم المالية مع تعاليم البنك الإسلامي.					
.53	أجد أن البنك الإسلامي يعتمد على نظام محاسبي يؤمن العدالة لجميع الأطراف.					
.54	يتم مساءلة العاملين في البنوك الإسلامية في حال حدوث خطأ عند تقديم الخدمة للعملاء.					
.55	تقوم البنوك الإسلامية بالإفصاح عن المعلومات الدورية الخاصة بالبنك للسوق المالي والبنك المركزي في الوقت المناسب.					

ملحق رقم (2)

إستبانة الجزائر

بسم الله الرحمن الرحيم

عزيزي/ عزيزتي .... المحترم (ة)

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته، وبعد:

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان: المحددات السلوكية للتعامل مع البنوك الإسلامية من وجهة نظر المتعاملين دراسة مقارنة على البنوك الإسلامية في الأردن والجزائر، وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم المالية والصرفية من جامعة اليرموك.

لذا نرجو تعاونكم والإجابة عن أسئلة الإستبانة بدقة وموضوعية علما بأن جميع البيانات سوف يتم التعامل معها بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتفضلوا بقبول الاحترام والتقدير

الباحثة

أحلام عزوق

e-mail: azzougahlem@yahoo.fr

يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة الصحيحة:

المتغيرات الديموغرافية (المعلومات العامة):

1. الجنس

☐ ذكر ☐ أنثى

2. المنطقة:

☐ العاصمة الجزائر ☐ وهران

☐ قسنطينة ☐ أخرى..........

3. المهنة:

☐ موظف قطاع خاص ☐ موظف قطاع عام

☐ أعمال حرة ☐ أخرى

4. العمر:

☐ من 19−30 سنة ☐ من 31−50 سنة

☐ 51−60 سنة ☐ أكثر من 60 سنة

5. المؤهل العلمي:

☐ ثانوي أو أقل من ثانوي ☐ تقني سامي

☐ ليسانس ☐ ماجستير أو دكتوراه

6. الدخل الشهري:

☐ أقل من 18000 دينار ☐ 18001−30000 دينار

☐ 30001−100000 دينار ☐ 100001 دينار فأكثر

يرجى وضع علامة (X) أمام الإجابة التي تراها مناسبة:

السؤال الأول: ما هي درجة موافقتكم على العبارات التالية فيما يتعلق بالدافع الديني ومدى تأثيره على التعامل مع البنوك الإسلامية.

الجزء الثاني: فقرات الإستبانة

وضع إشارة (√) أمام كل عبارة لبيان مدى انطباقها عليك وفق درجات المقياس إلى يسار الصفحة.

الدافع الديني

رقم السؤال	السؤال	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
.1	أجد أن ما أحصل عليه من خدمات في البنوك الإسلامية يتوافق مع التعاليم الدينية.					
.2	ما يدفعني للتعامل مع البنوك الإسلامية عدم تعاملها بالربا.					
.3	أرى أن النظام البنكي الإسلامي هو الأفضل لأنه يتلاءم مع مبادئ الشريعة الإسلامية.					
.4	أحاول دوماً أن أربط بين ثقافتي الدينية وما تطرحه البنوك الإسلامية من صور استثمارية كالمرابحة والاستصناع والسلم وغيرها للتعامل مع المتعاملين.					
.5	توجد ضرورة لتوفر ثقة كبيرة لدى العميل من لجنة الإفتاء بخصوص العروض المقدمة من البنوك الإسلامية.					

6.	يتعامل غير المسلمين مع البنوك الإسلامية لما توفره لهم من طمأنينة في التعامل فوائد جمة تعود عليهم من خلال تعاملهم مع البنوك الإسلامية.					
7.	يرى الكثير من العملاء أن البنوك الإسلامية هي البديل الأمثل في ظل ما تواجهه البنوك التجارية من مخاطر وتعثر بنكي.					
8.	أرى أن مبدأ المشاركة في الربح هو البديل والذي يجب أن يحل محل مبدأ الربا في عمليات النظام البنكي.					
9.	تزداد رغبتي الدينية في التعاملات مع البنوك الإسلامية بسبب البركة في المال التي أجنيها من هذه التعاملات.					
10.	تعتمد البنوك الإسلامية على الوازع الديني في جذب الإستثمارات.					
11.	أجد أن تعاملي مع البنوك الإسلامية تدفعني لدفع الزكاة في وقتها.					

جودة الخدمة البنكية:

رقم السؤال	السؤال	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
12.	يوفر البنك الإسلامي خدمة E-banking and ATM للعملاء.					
13.	يوفر البنك الإسلامي وسائل الراحة للعملاء داخل الفروع.					
14.	يهتم البنك الإسلامي بالمظهر وجودة التصميم الداخلي.					
15.	يقدم البنك الإسلامي خدمات مميزة سريعة وفورية للعملاء.					

.16	يتم وضع مصلحة العملاء في أعلى سلم الأولويات في البنوك الإسلامية.					
.17	يوفر البنك الإسلامي خدمات متجددة مواكبة لمتطلبات العصر.					
.18	يوفي البنك الإسلامي بوعوده للعملاء في الوقت المحدد.					
.19	يمكن الاعتماد على البنك الإسلامي في أداء الخدمة.					
.20	تطور البنوك الإسلامية خدماتها البنكية لأرضاء العملاء.					
.21	يتميز موظفو البنك الإسلامي بالمظهر الجذاب والأنيق.					
.22	يلم موظفو البنك الإسلامي جيداً بأساسيات العمل البنكي.					
.23	يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم.					
.24	يوفر البنك الإسلامي العدد الكافي من الموظفين لانجاز معاملات العملاء.					
.25	تزداد ثقتي في البنك الإسلامي نتيجة المعرفة والخبرة والسلوك المميز للموظفين					

أسعار الخدمة

رقم السؤال	السؤال	دائماً	غالباً	لا أدري	أحياناً	أبداً
.26	تقدم البنوك الإسلامية أسعار مناسبة تلائم جميع العملاء.					
.27	يوجد رضا لدى عملاء البنوك الإسلامية لتحسينها أسعار خدماتها باستمرار.					
.28	تدرس البنوك الإسلامية شكاوى العملاء المتعلقة بأسعار الخدمة البنكية.					

.29	توجد دائرة خاصة في البنوك الإسلامية لتسعير الخدمات البنكية.					
.30	يراعى عند تسعير الخدمات البنكية في البنك الإسلامي الأسعار التي تقدمها البنوك المنافسة.					
.31	تراقب البنوك الإسلامية باستمرار ما تطرحه من أسعار خدمة للعملاء.					

التفرع

رقم السؤال	السؤال	موافق بشدة	موافق	لا أدري	غير موافق	غير موافق بشدة
.32	توجد فروع كثيرة للبنوك الإسلامية تخفف مشقة العملاء بسبب قربها من مكان سكنهم.					
.33	يراعى عند اختيار الفروع الجديدة للبنوك الإسلامية وجود الكثافة السكانية المرتفعة.					
.34	تتوفر في البنوك الإسلامية لجان خاصة لإيجاد فروع جديدة بعد دراسة المناطق الأنسب للعملاء.					
.35	تنظر الإدارة في البنوك الإسلامية باهتمام لشكاوى العملاء فيما يتعلق بقرب أو بعد البنك عن مناطق سكنهم.					
.36	يتم دراسة الأماكن التي يمكن وضع فروع للبنك الإسلامي فيها بعد أخذ رأي العملاء.					

رقم السؤال	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
37.	يراعى عند وضع فروع جديدة للبنوك الإسلامية أن تكون متسعة وقادرة على تقديم خدمات مميزة.					
تأثير وسائل الإعلام وأفراد المجتمع في اختيار البنوك الإسلامية:						
رقم السؤال	**السؤال**	**موافق بشدة**	**موافق**	**محايد**	**غير موافق**	**غير موافق بشدة**
38.	أجد أن نصائح الأصدقاء والعائلة هي حافز لي في اختيار التعامل مع البنك الإسلامي.					
39.	يتناول الكثير من العملاء الحديث عن الخدمات المميزة التي يقدمها البنك الإسلامي.					
40.	يساعدني أصدقائي في اختيار الخدمات الجديدة المميزة التي تقدمها البنوك الإسلامية					
41.	يوجد لدى الأهل حسابات في البنوك الإسلامية مما شجعني من التعامل معها.					
42.	تقوم وسائل الإعلام بدور بارز في الترويج لما تقدمه البنوك الإسلامية من خدمات.					
43.	تستغل البنوك الإسلامية وسائل الإعلام المقروءة والمرئية والمسموعة للتسويق لخدماتها البنكية.					
44.	توجد اتجاهات ايجابية لدى أفراد المجتمع للتعامل مع البنوك الإسلامية.					
45.	تسود ثقافة في المجتمع بضرورة التعامل مع البنوك الإسلامية لأنها البديل الإسلامي الذي يلبي طموحاتهم.					

حوكمة البنوك الإسلامية:

رقم السؤال	السؤال	مهم جداً	مهم	محايد	غير مهم	غير مهم اطلاقاً
46.	يوجد نظام محاسبي في البنك الإسلامي يتفق مع المعايير العالمية في المحاسبة.					
47.	يقوم البنك بالإفصاح عن المعلومات المحاسبية ضمن نشرات شهرية.					
48.	يتم تحديث النظام المحاسبي في البنك كلما دعت الحاجة إلى ذلك.					
49.	سبب اختياري للبنك الإسلامي هو ثقتي في صدق إدارة حساباتي.					
50.	يؤمن النظام المحاسبي في البنك الإسلامي البيانات التي اطلبها بمصداقية وسرية.					
51.	يفصح النظام المحاسبي في البنك الإسلامي عن كافة المعلومات التي اطلبها.					
52.	تنسجم المعالجات الحسابية للقوائم المالية مع تعاليم البنك الإسلامي.					
53.	أجد أن البنك الإسلامي يعتمد على نظام محاسبي يؤمن العدالة لجميع الأطراف.					
54.	يتم مساءلة العاملين في البنوك الإسلامية في حال حدوث خطأ عند تقديم الخدمة للعملاء.					
55.	تقوم البنوك الإسلامية بالإفصاح عن المعلومات الدورية الخاصة بالبنك للسوق المالي والبنك المركزي في الوقت المناسب.					

الملخص باللغة الانجليزية

Abstract

Ahlem Mustafa Azzoug, Behavioral Determinants of Dealing with Islamic Banks from Customers' Perspective: A comparative Study Between Jordan and Algeria.

Master's Thesis-Yarmouk University, 2013. Supervisor: Prof Dr. Qasem Al Hamouri and Dr.Dima Daradkah

The aim of the present study is to identify behavioral determinants in dealing with the Islamic Banks from viewpoints of Islamic bank customers in both Jordan and Algeria and showing satisfaction level of customers in both countries regarding Islamic bank policies.

Population involved all customers dealing with the Jordanian (4) and Algerian (2) Islamic banks. A representative sample of (650) Jordanian and (650) Algerian customers was randomly selected. Participants were administered (1300) questionnaires in the six banks.

To achieve the study objectives and using data collected by the questionnaires, the author analyzed data using SPSS statistical program employing such statistical treatments as Cronbach's alpha to test for reliability, central tendency and dispersion measures, T-test, ANOVA and Scheffe Test.

Results indicated that from viewpoints of customers of the Islamic banks in Jordan and Algeria, behavioral determinants were rated moderately depending such factors as religious, service quality, price, media influence and other community members, and branching. However, governance was rated moderately in Jordan compared with low in Algeria. There were no statistically significant differences in Jordan and Algeria by gender, where statistically significant differences were noticed by area in favor of metropolitan residents, and by occupation in favor of other occupations in

Jordan, and in favor of private sector employees in Algeria. In addition, statistically significant differences were revealed by age group in favor of 60 or above participants in Jordan compared those within age group (51-60); and by educational qualification with differences being in favor of BA holders in Jordan, and no such differences to vary by educational qualification in Algeria. Similarly, there were no differences to vary by income level in Jordan, and differences varied by income level in Algeria where differences being in favor of the category (less than JOD18000). Results also demonstrated a correlation between customer satisfaction level and policies adopted by the Islamic banks in both Jordan and Algeria.

In light of earlier results, the researcher suggested a number of recommendations most importantly the need for the Islamic banks to develop their regulations and bylaws to ensure a higher quality assurance level of the services provided.

Keywords: Behavior Determinants, Islamic Banks, Customers, Algeria, Jordan.